

Koopgedrag, koopstromen en het functioneren van het aanbod in de sector dagelijkse artikelen

situatie 2004 en ontwikkelingen sinds 1999

Sociaal Geografisch Bureau
gemeente Dordrecht

drs. J.M. Schiff
drs. I.A.C. Soffers
drs. F.W. Winterwerp

juni 2005

Colofon

Opdrachtgever	Stadsontwikkeling Dordrecht
Tekst	Sociaal Geografisch Bureau
Drukwerk	Stadsdrukkerij
informatie	Gemeente Dordrecht
	Sociaal Geografisch Bureau (SGB)
	Postbus 8
	3300 AA DORDRECHT
	telefoon: (078) 639 64 65
	www.sociaalgeografischbureau.nl

Het overnemen van delen van de tekst is toegestaan onder voorwaarde van duidelijke bronvermelding

Inhoud

Samenvatting	5
1 Inleiding	11
1.1 Achtergrond en doel	11
1.2 Onderzoeksvragen	11
1.3 Opzet en uitvoering van het onderzoek.....	11
1.4 Representativiteit.....	11
1.5 Inhoud van het rapport.....	11
2 Trends bij het boodschappen doen	13
2.1 Afnemen supermarkttrouw	13
2.2 Afnemend marktaandeel speciaalzaken	13
2.3 Opmars "voordeelsupers"	13
3 Wijzigingen in koopgedrag van Dordtenaren	15
3.1 Grote veranderingen in koopgedrag.....	15
3.2 Meer en andere supermarkten.....	15
3.3 Niet alle winkelcentra profiteren in gelijke mate	16
3.4 Bestedingsruimte en prijsverschillen vaak doorslaggevend	17
3.5 Marktbezoek lijkt redelijk stabiel	17
4 Koopstromen: ontwikkelingen en ontstane situatie	19
4.1 Aanbodontwikkelingen	19
4.2 Afnemen binding aan de eigen wijk.....	19
4.3 Grotere stromen naar andere wijken, maar ook naar buiten Dordrecht....	20
4.4 Binding aan de Binnenstad in de totale dagelijkse sector groter	20
5 Het functioneren van het food-aanbod in Dordrecht anno 2004	21
5.1 Grote verschillen in omvang food-aanbod en bovenwijkse functie.....	21
5.2 In sommige wijken hoge vloerproductiviteiten	21
5.3 En in sommige wijken lage vloerproductiviteiten	22
5.4 Winnaars en verliezers ten opzichte van 1999	22

Bijlage 1 Veranderingen in koopgedrag

Bijlage 2 Koopstromen

Bijlage 3 Vragenlijst

Samenvatting, conclusies en vooruitzichten

Achtergrond, doel en uitvoering

Voor een adequaat gemeentelijk detailhandelsbeleid is het van belang om over actuele informatie te beschikken over (ontwikkelingen in) het functioneren van de diverse winkelgebieden in de gemeente. Het SGB heeft op verzoek van Stadsontwikkeling een onderzoek uitgevoerd om in deze informatiebehoefte met betrekking tot het aanbod in de gemeente in de voeding- en genotmiddelen (food) sector te voorzien.

Het onderzoek heeft een helder beeld opgeleverd van (de veranderingen in) het koopgedrag en de koopstromen in de food-sector van Dordtse huishoudens en geeft antwoord op de volgende vijf onderzoeksvragen:

- welk aandeel van de bestedingen door inwoners van (wijken van) Dordrecht in de dagelijkse artikelensector komt waar in of buiten Dordrecht terecht?
- hoe heeft dit patroon zich sinds 1999 ontwikkeld?
- hoe staat het met de afvloeiing van bestedingen naar buiten Dordrecht en hoe heeft zich dat sinds 1999 ontwikkeld?
- wat betekent één en ander voor (de ontwikkeling in) het functioneren van de diverse Dordtse winkelgebieden?
- in welke mate is er sprake van substantiële wijzigingen in koopgedrag en wat zijn daarvan de achtergronden?

De onderzoeksresultaten zijn ontleend aan een schriftelijke enquête in maart 2004 onder het Dordtse stadspanel, een aanbodinventarisatie op basis van het "bestand verkooppunten" van Locatus en een recente studie naar veranderingen in consumentenvoorkeuren.

Trends bij boodschappen doen

Consumenten doen hun boodschappen tegenwoordig beduidend anders dan enkele jaren geleden. De recessie en de prijzenoorlog hebben duidelijk hun sporen nagelaten. De supermarkttrouw is verder afgenomen, het marktaandeel van speciaalzaken daalt verder en de populariteit van "voordeelsupers" als Bas van der Heijden, Aldi, Dirk van den Broek en Lidl neemt toe.¹ Dit formuletype is inmiddels het populairst als secundaire supermarkt (de supermarkt waar op één na het meeste boodschappen worden gedaan) en is al voor 23% van de Nederlandse consumenten de primaire supermarkt (tegen 17% in 2002).

Wijzigingen in koopgedrag van Dordtenaren

Landelijke trends in het boodschappen doen zijn niet aan Dordrecht voorbij gegaan. Ruim eenderde (37%) van de Dordtse consumenten geeft aan dat zij hun boodschappen thans beduidend vaker ergens anders doen dan zo'n 2 à 3 jaar geleden. Dordtenaren kopen bij meer verschillende supermarkten (42%), zijn veranderd van primaire supermarkt (28%), kopen minder bij speciaalzaken (25%) en/of vaker (17%) of juist minder vaak (16%) op de markt. De winkels aan de Brouwersdijk, winkelcentrum Sterrenburg en winkelgebieden buiten Dordrecht lijken het meest van het veranderde koopgedrag van de Dordtse consument te hebben geprofiteerd.

Aan de veranderde consumentenvoorkeuren liggen vooral verminderde bestedingsruimte en bestaande of toegenomen prijsverschillen ten grondslag. Veel huishoudens hebben minder te besteden en zoeken daarom naar de goedkoopste mogelijkheden, die zich in de ogen van de consument in vergelijking tot speciaalzaken, maar ook in vergelijking tot de markt, in toenemende mate in supermarkten voor doen. Ook speelt daarbij een rol dat het assortiment bij supermarkten steeds groter en beter wordt.

Parkeerproblemen bij het "oude" winkelgebied spelen in het algemeen slechts een bescheiden rol in de veranderingen van het koopgedrag. Consumenten uit Oud-Krispijn zijn daarop een uitzondering: voor 30% van hen die hun boodschappen beduidend vaker ergens anders doen dan zo'n 2 à 3 jaar geleden zijn de parkeerproblemen bij het "oude" winkelgebied daarvan de reden. Hierin komen de bekende parkeerproblemen aan de Brouwersdijk duidelijk tot uitdrukking.

Voor de markt lopen de meningen uiteen. Een groep consumenten vindt de markt gezelliger dan vroeger en komt er nu vaker, een ongeveer even grote groep vindt de markt juist ongezelliger en komt er nu minder vaak. Ook geeft van degenen die vaker naar de markt gaan een ongeveer even groot deel als van degenen die juist minder vaak naar de markt gaan als reden voor het veranderde koopgedrag op dat men op zoek is naar het goedkoopste alternatief. Kennelijk is dat voor sommigen de markt en voor anderen juist niet. Een groot deel van de laatste groep zegt de markt tegenwoordig nauwelijks meer goedkoper te vinden dan de supermarkt.

Aanbod, koopstromen en marktaandelen

De geschetste veranderingen in consumentenvoorkeuren hebben geleid tot flinke wijzigingen in koopstromen. Eerst en vooral is in vrijwel alle wijken de binding van bestedingen van wijkbewoners aan het food-aanbod in de eigen wijk afgenomen. Enige uitzonderingen zijn de Staart en Stadspolder. Deze afgenomen binding aan de eigenwijk vertaalt zich in grotere stromen naar andere wijken en - in bescheiden mate - ook naar buiten Dordrecht. Wat het eerste betreft is het vooral het winkelaanbod in naastgelegen wijken dat bestedingen naar zich toetrekt. Consumentenvoorkeuren mogen dan zijn gewijzigd, de voorkeur voor het doen van boodschappen op een acceptabele afstand van huis heeft nog niet veel aan kracht ingeboet. Wat het tweede betreft wonnen vooral Papendrecht en andere aankoopplaatsen buiten de agglomeratie Dordrecht, Zwijndrecht, Papendrecht aan belang. In totaal nam de afvloeiing van bestedingen aan voeding- en genotmiddelen naar buiten Dordrecht toe van 3% in 1999 tot 5% in 2004.²

Koopstromen en de ontwikkelingen daarin zijn het gevolg van (wijzigingen in) aanbodverhoudingen en consumentenvoorkeuren. Per saldo leiden (ontwikkelingen in) koopstromen samen met (ontwikkelingen in) inwonertallen tot (ontwikkelingen in) marktaandelen van het food-aanbod in de verschillende wijken. Confrontatie met de aanbodaandelen van dat food-aanbod leert dat aanbod in bepaalde wijken relatief hoge omzetten realiseert en aanbod in andere wijken juist relatief lage.³ Overzichtstabel 0.1 geeft een overzicht van alle relevante variabelen en ontwikkelingen. De cijfers hebben betrekking op het winkelaanbod in de food-sector en de toonbankbestedingen, dat zijn de bestedingen die in winkels worden gedaan. Bestedingen op de markt, bij de rijdende winkel en bij de boer zijn daarbij uitgezonderd. Per wijk geven wij hier een korte toelichting.

Historische Binnenstad

Het in omvang afgenomen maar nog steeds relatief grote food-aanbod in de Historische Binnenstad heeft zijn marktaandeel flink zien afnemen. De bevolkingsgroei was hier een positieve factor. Het aanbod realiseert benedengemiddelde omzetten, wat deels kan worden verklaard uit het kleinschalige karakter van dat aanbod. Het aandeel omzet van buiten de wijk is gemiddeld. In de beoordeling van de relatief lage vloerproductiviteit dient meegewogen te worden dat bestedingen van bezoekers van buiten Dordrecht een substantiële en naar verwachting toegenomen omzetbijdrage leveren die niet in de cijfers zijn meegenomen.

19e Eeuwse Schil

Voor detailhandelonderzoek rekenen we Maasplaza tot de Schil en niet tot de Historische Binnenstad. Verplaatsing en uitbreiding van supermarkten deed het aanbod in de Schil sterk toenemen. Meer nog dan in het verleden is Maasplaza een stedelijke voorziening geworden, met een belangrijke bovenwijkse en deels

ook bovenlokale functie. Het overige aanbod in de Schil is kleinschalig. Het marktaandeel groeide eveneens flink, mede onder invloed van een gunstige bevolkingsontwikkeling in de Schil zelf. Toch is de al bestaande negatieve discrepantie tussen markt- en aanbodaandeel verder toegenomen. De toevloeiing van omzet van buiten Dordrecht is daarin echter niet meegewogen.

Oud-Krispijn

Het food-aanbod in Oud-Krispijn is een van de winnaars ten opzichte van vijf jaar geleden. Bij een in omvang gelijkblijvend aanbod, een afgenomen binding aan de eigen wijk en een afgenomen bevolkingsomvang zijn marktaandeel en gemiddelde vloerproductiviteit substantieel gegroeid. Het aanbod trekt in toenemende mate bestedingen uit andere wijken. Met name de populariteit van Bas van der Heijden is hier debet aan.

Nieuw-Krispijn

Ondanks inkrimping van het food-aanbod en een afgenomen wijkbinding nam het markt aandeel toe. Ook hier is dus sprake van veel meer klandizie uit andere wijken. De vloerproductiviteit ontwikkelde zich navenant positief.

Land van Valk

Ook het relatief kleine aanbod in Land van Valk heeft een positieve ontwikkeling doorgemaakt, deels onder invloed van een positieve bevolkingsontwikkeling. Het marktaandeel groeide harder dan het aanbodaandeel. Ondanks nog steeds relatief weinig bestedingen van buiten de eigen wijk is sprake van een bovengemiddelde vloerproductiviteit.

Indische- en Vogelbuurt

In deze wijk waren de ontwikkelingen voor het food-aanbod minder gunstig. Het marktaandeel daalde flink, mede onder invloed van een licht krimpende bevolkingsomvang. Ondanks dat realiseert het aanbod nog wel een gemiddelde vloerproductiviteit.

Staart

Na de Schil kent de Staart het grootste food-aanbod per hoofd van de wijkbevolking. Het marktaandeel is gegroeid, mede dankzij een bij uitzondering gelijkblijvende binding van de eigen wijkbevolking. Niettemin bleef het deficit ten opzichte van het aanbodaandeel grotendeels in tact. Dit kan deels verklaard worden uit de samenstelling van het aanbod: 3 supermarkten waarvan een discounter plus 1 discountspecialzaak.⁴ Daarnaast leren de cijfers dat het functioneren van het aanbod aan het Rivierenplein onverminderd onder druk staat.

Wielwijk

Relatief veel inwoners van Wielwijk zijn de laatste jaren voor hun boodschappen uitgeweken naar naastgelegen wijken. Dit is niet of nauwelijks gecompenseerd door bestedingen van buiten de wijk en heeft daardoor geleid tot een flinke afname van het marktaandeel van het winkelapparaat in de wijk. Gunstig was nog wel de bevolkingsgroei met 7%. Het gaat daarbij echter voornamelijk om de Dordtse Hout, een villawijk waarvan de bewoners slechts in zeer beperkte mate zullen zijn georiënteerd op het food-aanbod in Wielwijk. Per saldo onderstrepen de cijfers nogmaals de noodzaak van revitalisering van het Admiraalsplein.

Crabbehof

Winkelcentrum Crabbehof verkeert als gevolg van de nabijheid van de winkelcentra Admiraalsplein en Sterrenburg en het ontbreken van een sterke - onderscheidende - combinatie van supermarkten in een moeilijke positie. Dit komt in de cijfers duidelijk tot uitdrukking. Het marktaandeel is gedaald, ondanks een groei van food-aanbod en wijkbevolking. Het al bestaande deficit van marktaandeel ten opzichte van aanbodaandeel is toegenomen.

Sterrenburg

In deze wijk is de omvang van het aanbod ten opzichte van de omvang van de

Tabel 1 (Ontwikkelingen in) aanbodverhoudingen, binding aan de eigen wijk, inwonertal, marktaandeel¹ en vloerproductiviteiten²

	food- aanbod 2004 t.o.v. 1999	voedaan- bod per hoofd 2004 ³	wijkbinding 2004 t.o.v. 1999	% omzet van buiten de wijk 2004 ³	inwonertal 2004 t.o.v. 1999	marktaan- deel 2004 t.o.v. 1999	vloerpro- ductiviteit 2004 ³	vloerproduc- tiviteit 2004 t.o.v. 1999
HB	-	+	-	0	+	--	-	-
SL	++	++	0	+	+	++	-	-
OK	0	0	-	+	-	+	+	+
NK	--	-	-	+	0	+	+	+
LV	+	--	-	-	+	++	+	+
IV	0	-	-	+	-	--	0	-
ST	0	++	0	0	-	+	-	0
WW	0	+	--	0	+	--	-	-
CH ⁴	+	+	-	0	+	-	-	-
SB	0	--	-	-	-	0	+	+
DB	0	-	-	-	0	0	+	0
SP	++	--	0	-	0	+	-	-
VH ⁵	0	-	--	-	+	-	+	-
Dordt	+	0	-	0	0	0	0	-

¹ marktaandeel op het totaal van de toonbankbestedingen, dat is exclusief weekmarkten Stadscentrum en Dubbeldam, rijdende winkel en verkoop via de boer; voor de wijken gaat het bovendien om de toonbankbestedingen in Dordrecht

² vloerproductiviteit = omzet per m²

³ ten opzichte van Dordts gemiddelde

⁴ inclusief Zuidhoven

⁵ als verzorgingsgebied van WC Bieshof hebben we geheel Stadspolders aangemerkt

wijkbevolking erg klein. Ondanks een dalende binding van bestedingen van een in totaal afnemende wijkbevolking is het marktaandeel goed intact gebleven. Dit dankzij een toegenomen populariteit van winkelcentrum Sterrenburg onder inwoners van diverse andere wijken. Net als in 1999 behaalt het aanbod in Sterrenburg daardoor relatief hoge omzetten per vierkante meter.

Dubbeldam

Ook Dubbeldam heeft betrekkelijk weinig aanbod ten opzichte van de wijkbevolking. Dankzij een weliswaar afgenomen maar nog steeds hoge binding aan de eigen wijk is de vloerproductiviteit net als in 1999 relatief hoog. Het marktaandeel veranderde nauwelijks.

Stadspolder

Hier vond in de afgelopen jaren een flinke groei van het aanbod plaats als gevolg van uitbreiding van de supermarkt. Niettemin blijft het aanbod ten opzichte van de wijkbevolking relatief klein. Het Pearl Buckerf is dan ook bedoeld als ondersteunende buurtvoorziening. De omzet van buiten Stadspolder zelf is gering. Het marktaandeel groeide met 10%. Gerelateerd aan de uitbreiding van het aanbod was dat te weinig. De vloerproductiviteit daalde dan ook van gemiddeld in 1999 tot benedengemiddeld in 2004.

Vissershoeke

Winkelcentrum Bieshof zag de wijkbinding flink teruglopen. Dit werd onvoldoende gecompenseerd door de toename van de bevolking en/of meer bestedingen uit andere wijken. Marktaandeel en vloerproductiviteit namen dan ook af. Dit neemt niet weg dat het aanbod in relatie tot zijn omvang ook anno 2004 nog bovengemiddelde omzetten realiseert.

Dordrecht totaal

Van belang is om bij dit alles duidelijk voor ogen te houden dat voor Dordrecht als geheel geldt dat het marktaandeel in de totale foodbestedingen van alle Dordte-

naren bij een bescheiden toename van het aanbod licht is afgenomen van 97% in 1999 tot 95% in 2004. Hetzelfde geldt voor de toonbankbestedingen.

weekmarkt

De weekmarkt ten slotte zag zijn marktaandeel in de foodbestedingen van Dordtse huishoudens licht teruglopen.

Conclusies

De kooporiëntatie van Dordtse huishoudens bij het doen van de dagelijkse boodschappen is de afgelopen jaren onder invloed van veranderingen in aanbodverhoudingen en consumentenvoorkeuren ingrijpend gewijzigd. Veel Dordtse huishoudens kopen bij meer verschillende supermarkten, zijn veranderd van primaire supermarkt, kopen minder bij speciaalzaken en/of kopen vaker of juist minder vaak op de markt. Op wijkniveau vertaalt zich dit in een afgenomen binding aan het aanbod in de eigen wijk, grotere stromen naar vooral naastgelegen wijken en een grotere afvloeiing naar aankoopplaatsen buiten Dordrecht.

Als resultaat van deze processen realiseert het food-aanbod in een aantal wijken ten opzichte van zijn omvang relatief hoge omzetten en in een aantal andere wijken juist relatief lage. Tot de groep wijken met relatief hoge omzetten van het food-aanbod behoren Oud- en Nieuw-Krispijn, Land van Valk, Sterrenburg, Dubbeldam en Vissershoeke. Behalve in Oud-Krispijn is in al deze wijken het aanbod per hoofd van de wijkbevolking relatief klein. Vanuit distributieplanologisch oogpunt zouden deze gegevens met name voor de echte wijkwinkelcentra enige uitbreiding van het food-aanbod in de vorm van moderniseringsmeten van supermarkten of toevoeging van speciaalzaken kunnen rechtvaardigen, uiteraard met een waakzaam oog voor mogelijke negatieve effecten op nabijgelegen aanbod. Het food-aanbod in de wijken Historische Binnenstad, Schil, Staart, Wielwijk, Crabbehof en Stadspolder realiseert anno 2004 relatief lage omzetten per m² food-aanbod.⁵ Behalve in Stadspolder was dat in deze wijken ook al in 1999 het geval en kenmerken deze wijken zich door een relatief groot aanbod ten opzichte van de omvang van de wijkbevolking. Van de genoemde wijken lijkt het aanbod in Wielwijk en Crabbehof en de buurtvoorzieningen Pearl Buck-erf in Stadspolder en Rivierenplein op de Staart het meest kwetsbaar.

Vooruitzichten

Wat zijn nu de vooruitzichten op de middellange termijn? Daarvoor kijken we eerst naar de op handen zijnde of recent gerealiseerde veranderingen in het aanbod. Dit zijn achtereenvolgens:

- De grootscheepse herontwikkeling van het Admiraalsplein, het wijkwinkelcentrum van Wielwijk. We mogen aannemen dat het herontwikkelde aanbod meer koopkracht aan zich zal kunnen binden en dat het marktaandeel daarvoor meer dan in het verleden in evenwicht zal komen met de omvang van het aanbod.
- De opening van een nieuwe supermarkt in Nieuw-Krispijn (op de grens met Oud-Krispijn). Naar verwachting zullen de omzetten per m² food-aanbod daarmee zowel in Nieuw- als in Oud-Krispijn normaliseren.
- Verplaatsing naar het Achterom en gelijktijdige uitbreiding van de Binnenstadsuper. Mede dankzij de verbeterde parkeergelegenheid zal deze voorziening op de nieuwe locatie hogere omzetten kunnen realiseren dan op de oude. Het functioneren van het food-aanbod in de Binnenstad blijft overigens mede afhankelijk van de aantrekkelijkheid voor bezoekers van buiten de stad. Het project Achterom/Bagijnhof kan daar een nieuwe impuls aan geven.
- De opening van een buurtsuper aan de Riedijkshaven en een kleine voorziening in het Leerpark. De effecten daarvan zullen naar verwachting gering zijn.

Naast de op termijn te verwachten veranderingen in aanbodverhoudingen is ook

van belang hoe het aantal inwoners zich in de diverse wijken zal ontwikkelen. Uit de SGB-bevolkingsprognose 2004 blijkt dat het inwonertal van de Schil (Stadswerven), Wielwijk, Crabbefhof en Dubbeldam tot 2010 zal groeien, bij een nagenoeg stabiele bevolkingsomvang voor heel Dordrecht. De bevolkingsontwikkeling op de Staart is onzeker en hangt af van het al dan niet doorgaan van het woningprogramma op de Oostpoort. In Sterrenburg neemt de bevolking naar verwachting met 5% af. In de overige wijken is sprake van een geringe daling of stabilisatie.

Een en ander betekent voor het als kwetsbaar aan te merken aanbod in Crabbefhof en het herontwikkelde aanbod in Wielwijk een welkome toename van het draagvlak. Voor Sterrenburg valt te verwachten dat de omzetten per m² aanbod zich onder invloed van een krimpende bevolking in de wijk en de herontwikkeling van het Admiraalsplein van een relatief zeer hoog niveau wat meer naar een gemiddeld niveau zullen ontwikkelen.

Wat betreft de bevolkingsgroei in Dubbeldam dienen we ons te realiseren dat deze zich vooral aan de flanken van de wijk voordoet. Deels zullen deze bewoners alleen daarom al zijn georiënteerd op ander aanbod dan het Dubbeldamse. Niettemin wijst - naast de bovengemiddelde omzetten die het aanbod thans realiseert - ook de groei van het draagvlak op enige ruimte voor groei van het food-aanbod.

Ook voor de Schil geldt dat de bevolkingsgroei zich met name aan - in dit geval - één flank voordoet: de Stadswerven. Wij verwachten dat het aanbod aan de Merwedestraat op de Staart hiervan meer zal kunnen profiteren dan het aanbod in de Schil zelf. Aan de kwetsbaarheid van de buurtvoorziening aan het Rivierenplein op de Staart verandert op termijn niets, ook niet als de woningbouw aan de Oostpoort doorgang vindt. Ook daarvan zal met name het aanbod aan de Merwedestraat profiteren.

Voor het aanbod in de overige, nog niet besproken wijken (Land van Valk, Indische- en Vogelbuurt, Stadspolders) voorzien we op middellange termijn weinig bijzonderheden. Het draagvlak in het primaire verzorgingsgebied van de voorzieningen in Stadspolders (winkelcentrum Bieshof en de buurtvoorziening Pearl Buck-erf) stabiliseert zich. Aan de kwetsbaarheid van het aanbod aan het Pearl Buck-erf verandert daarmee niets, aan het gemiddeld tot goed functioneren van het food-aanbod in winkelcentrum Bieshof ook niet. Laatstgenoemd centrum zal naar verwachting een graantje mee kunnen pikken van de bevolkingsontwikkeling in de zone Dubbeldam/ Stadspolders, die in de bevolkingsprognose deels is toegerekend aan Dubbeldam. Het aanbod in het Reeland (Land van Valk, Indische- en Vogelbuurt) ten slotte lijkt vooralsnog gemiddeld tot goed te kunnen blijven functioneren.

Tot slot moeten we benadrukken dat in het bovenstaande uiteraard niet is meegewogen hoe de kracht en de populariteit van het aanbod in de diverse wijken zich in de toekomst zal ontwikkelen. Welke formules hun concurrentiepositie zullen weten te versterken ten koste van welke andere formules is voor de middellange termijn niet te voorspellen. Wel is in dit onderzoek aangetoond dat deze factor als belangrijke zo niet dé belangrijkste determinant van veranderingen in koopstromen moet worden aangemerkt.

¹ EFMI/CBL, *Consumenten Trends 2004, Rotterdam/Leidschendam 2004*

² *Op basis van bestedingen van inwoners van Dordrecht. Binnenstad en Schil trekken ook koopkracht van buiten Dordrecht, omzet die niet is meegerekend*

³ *Ook het koopstromenonderzoek 2004 van de provincie Z-Holland constateert een geringe toename van de afvloeiing van bestedingen in de dagelijkse sector naar buiten Dordrecht.*

⁴ *Een gebruikelijke term voor omzet per m² aanbod is "vloerproductiviteit". Deze term gebruiken wij in het vervolg bij herhaling.*

⁵ *Speciaalzaken realiseren normaalgesproken hogere vloerproductiviteiten dan supermarkten en al helemaal dan discounters. Van 1 van de supermarkten is overigens bekend dat veel geleverd wordt aan de binnenvaart, omzet die niet in de cijfers is inbegrepen.*

1 Inleiding

1.1 Achtergrond en doel

Voor een adequaat gemeentelijk detailhandelsbeleid is het van belang om te beschikken over actuele informatie over (ontwikkelingen in) het functioneren van de diverse winkelgebieden in de gemeente. In welke mate zijn koopstromen georiënteerd op welke winkelgebieden, wat voor veranderingen zijn daarin te bespeuren en wat betekent dat voor het functioneren voor die winkelgebieden? Waar is ruimte in de markt en waar juist niet? Waar zouden ondersteunende maatregelen op zijn plaats kunnen zijn? En wat betekent dat voor het detailhandelsbeleid en de wijze waarop aanvragen voor vestiging of uitbreiding door marktpartijen tegemoet wordt getreden? Ook kan het voor het detailhandelsbeleid van belang zijn te weten wat de achtergronden zijn van geconstateerde verschuivingen in het koopgedrag.

Het SGB heeft op verzoek van Stadsontwikkeling een onderzoek uitgevoerd om tegemoet te komen aan bovenbeschreven behoefte aan actuele beleidsinformatie. Het doel van het onderzoek was een helder beeld te geven van (de veranderingen in) het koopgedrag en de koopstromen in de dagelijkse artikelensector van Dordtse inwoners/ huishoudens¹ De koopstromen zijn vastgelegd in een zogenaamde koopstromenmatrix, die weergeeft welk aandeel van de bestedingen van inwoners van (een bepaalde wijk in) Dordrecht in welke wijk terecht komt. Dit is vervolgens vertaald naar (ontwikkelingen in) marktaandelen en het functioneren van het aanbod op wijkniveau.

1.2 Onderzoeksvragen

In dit onderzoek beantwoorden wij de volgende vijf onderzoeksvragen:

- welk aandeel van de bestedingen door inwoners van (wijken van) Dordrecht in de dagelijkse artikelensector komt waar in of buiten Dordrecht terecht?
- hoe heeft dit patroon zich sinds 1999 ontwikkeld?
- hoe staat het met de afvloeiing van bestedingen naar buiten Dordrecht en hoe heeft zich dat sinds 1999 ontwikkeld?
- wat betekent één en ander voor (de ontwikkeling in) het functioneren van de diverse Dordtse winkelgebieden?
- in welke mate is er sprake van substantiële wijzigingen in koopgedrag en wat zijn daarvan de achtergronden?

1.3 Opzet en uitvoering van het onderzoek

Het onderzoek bestaat feitelijk uit twee delen: een consumentenenquête en confrontatie van de uitkomsten daarvan met aanbodgegevens. De schriftelijke - consumentenenquête is uitgevoerd

onder het Dordtse stadspanel, in mei bestaande uit ruim 2.300 inwoners van 18 jaar en ouder.² Het onderzoek heeft een netto respons van 1.370 bruikbare enquêtes opgeleverd, een respons van 59%. De aanbodgegevens zijn afkomstig uit aangekochte bestanden van het bedrijf Locatus, dat een landelijk dekkend bestand van verkooppunten bijhoudt.

1.4 Representativiteit

Na herweging naar leeftijd en wijk is de netto respons representatief voor de Dordtse bevolking van 18 jaar en ouder (bewoners van verpleeg- en verzorgingstehuizen uitgezonderd), zij het dat zoals bij iedere algemene enquête een aantal (elkaar overlappende) groepen uit de samenleving (allochtonen, lage inkomensgroepen en lager opgeleiden) enigszins zullen zijn ondervertegenwoordigd.

1.5 Inhoud van het rapport

Veranderingen in koopgedrag zullen veelal niet uniek zijn voor Dordrecht, maar zijn grotendeels het gevolg van bepaalde ontwikkelingen en trends die zich (minstens) op landelijke schaal manifesteren. Om die reden staan wij in *hoofdstuk 2* eerst kort stil bij consumententrends die landelijk op het gebied van boodschappen doen zijn te constateren. In *hoofdstuk 3* komen dan de waar te nemen veranderingen in koopgedrag van Dordtse consumenten aan de orde. We geven daarbij ook aan welke achtergronden van die veranderingen door de consument zelf naar voren zijn gebracht. Deels zijn dat algemeen geldende factoren, deels specifiek Dordtse (of regionale) factoren.

In *hoofdstuk 4* staan de koopstromen en de verschuivingen daarin sinds 1999 centraal. De huidige situatie is in beeld gebracht en er is een aantal (grotere en minder grote) winnaars en

verliezers aan te wijzen. De geconstateerde verschuivingen zijn zo veel mogelijk voorzien van een verklaring, deels afkomstig uit hoofdstuk 3, deels vanuit kennis van ontwikkelingen in het aanbod en kracht van supermarktformules.

De uit de koopstromen af te leiden marktaandeelen van het aanbod in de diverse wijken is in *hoofdstuk 5* geconfronteerd met de omvang van dat aanbod. Hieruit is afgeleid welke winkelgebieden bovengemiddeld functioneren en welke

benedengemiddeld. Ook is daarbij betrokken in welke mate het winkelaanbod een bovenwijkse functie uitoefent.

De bevindingen uit dit onderzoek leiden tot een aantal *conclusies*. Deze zijn voorin dit rapport opgenomen, gevolgd door een *samenvatting* van de belangrijkste onderzoeksresultaten. Conclusies en samenvatting kunnen zelfstandig gelezen worden.

¹ In de praktijk van ons koopstromenonderzoek wordt de dagelijkse sector vertaald naar de zogenaamde 'food-sector'. Verschil is de sector drogisterijartikelen. In het rapport wordt aan beide indelingen aandacht besteed.

² Voor de vragenlijst, zie bijlage 3.

2 Trends bij het boodschappen doen

Consumenten doen hun boodschappen tegenwoordig beduidend anders dan enkele jaren geleden. De recessie en de prijzenoorlog hebben duidelijk hun sporen nagelaten. De supermarkttrouw is verder afgenomen, het marktaandeel van speciaalzaken daalt verder en de populariteit van "voordeelsupers" neemt toe. Deze ontwikkelingen staan centraal in dit hoofdstuk. Wij baseren ons daarbij op de 2004 editie van een periodiek landelijk onderzoek naar consumenten trends bij het boodschappen doen.

2.1 Afgenomen supermarkttrouw

Absolute supermarkttrouw bestaat niet. De meeste boodschappers doen hun boodschappen bij meerdere supermarktformules. Slechts 13% bezoekt anno 2004 maandelijks slechts één supermarktformule, 55% bezoekt op maandbasis drie of zelfs meer formules. Onder invloed van de prijzenoorlog is het gemiddelde aantal bezochte supermarktformules gestegen van 2,5 in 2002 naar 2,9 in 2004. De afgenomen winkeltrouw blijkt ook uit het afgenomen aandeel consumenten dat de stellingen "ik ga bijna altijd naar dezelfde supermarkt als ik boodschappen doe" en "ik heb een sterke voorkeur voor één bepaalde supermarkt" geheel onderschrijft.

2.2 Afnemend marktaandeel speciaalzaken

Het marktaandeel van speciaalzaken staat al lang onder druk en is ook de afgelopen jaren verder gedaald. Kocht de consument in 2002 maandelijks nog bij 2,6 speciaalzaken een deel van de dagelijkse boodschappen, in 2004 is dat aantal (verder) gedaald tot 2,4. Van alle soorten speciaalzaken wordt de bakker het meest bezocht. Een vrij stabiel aandeel van 53% koopt

op maandbasis één of meerdere keren bij een bakker. Vooral de slager lijkt de afgelopen jaren terrein te hebben verloren.

2.3 Opmars "voordeelsupers"

Lage prijzen zijn voor consumenten in toenemende mate een belangrijk of zelfs hét belangrijkste keuzecriterium. De "voordeelsupers"¹ als Bas van der Heijden, Aldi, Dirk van den Broek en Lidl hebben sinds 2002 een flinke opmars gemaakt, zowel als primaire supermarkt als secundaire supermarkt.² Was in 2002 de "voordeelsuper" nog voor 17% van de Nederlandse consument de primaire supermarkt, in 2004 is dat gegroeid naar 23%. Die groei is ten koste gegaan van de zogenaamde "Value for money" formules. Tegelijkertijd nam ook het aandeel van "voordeelsupers" als secundaire supermarkt verder toe, vooral ten koste van de serviceformules. Dit laatste formuletype behield weliswaar zijn aandeel van 44% als primaire supermarkt, maar is als secundaire supermarkt inmiddels voorbijgestreefd door de "voordeelsupers". De populariteit van de "voordeelsupers" is dus flink toegenomen.

¹ Consumenten Trends onderscheidt drie formule typen: de serviceformule (o.a. Albert Heijn, Super de Boer, Plus, Spar), de "value-for-money" formule (o.a. C1000, Edah, Garantmarkt) en de "first price" formule, door ons hier aangeduid als "voordeelsuper" (o.a. Bas van der Heijden, Aldi, Dirk van den Broek, Lidl).

² In de primaire supermarkt worden de meeste bestedingen gedaan; de secundaire supermarkt.

3 Wijzigingen in koopgedrag van Dordtenaren

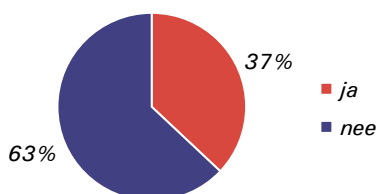
De in het vorige hoofdstuk geconstateerde landelijke trends in het boodschappen doen zijn niet aan Dordrecht voorbij gegaan. Veel Dordtse consumenten geven aan dat zij hun boodschappen thans beduidend vaker ergens anders doen dan zo'n 2 à 3 jaar geleden. Zij kopen bij meer verschillende supermarkten, zijn veranderd van primaire supermarkt, kopen minder bij speciaalzaken en/of vaker of juist minder vaak op de markt. Hoe sterk doen deze verschijnselen zich nu voor en wat zijn de achterliggende redenen? En zijn er verschillen tussen groepen consumenten naar woonwijk en huishoudenkenmerken? De onderzoeksresultaten op deze punten bespreken we in dit hoofdstuk.

3.1 Grote veranderingen in koopgedrag

Ruim een derde deel van de Dordtenaren (37%) zegt de boodschappen voor het huishouden beduidend vaker ergens anders te kopen dan 2 à 3 jaar geleden (zie figuur 3.1). Bij inwoners uit Sterrenburg (29%) en Dubbeldam (26%) komt dit wat minder vaak voor dan in de andere wijken.

Met name jongere Dordtenaren zijn de boodschappen de afgelopen tijd ergens anders gaan doen. Van de 18 t/m 34-jarigen deed 44% dit, terwijl dit percentage onder de 65-plussers nog maar op 23% ligt. Ook komt dit relatief veel voor onder alleenstaande ouders met thuiswonende kinderen (55%). Verder speelt woonduur in de wijk een rol; hoe korter men in de wijk woont, hoe vaker dit voorkomt. De hoogte van het gezinsinkomen is echter niet van belang; in alle inkomensklassen doet ongeveer 37% de boodschappen tegenwoordig beduidend vaker ergens anders.

Figuur 1 Kopen Dordtenaren hun boodschappen nu beduidend vaker ergens anders dan zo'n 2 à 3 jaar geleden?



3.2 Meer en andere supermarkten

Wat houdt die verandering van het koopgedrag nu precies in? Tabel 3.1 geeft hiervan een overzicht. Ruim vier op de tien Dordtenaren (42%)

zeggen tegenwoordig bij meer verschillende supermarkten boodschappen te doen dan 2 à 3 jaar geleden. Bijna drie op de tien Dordtenaren (28%) kopen nu het meest bij een andere supermarkt dan voorheen. Ook is er een behoorlijke groep (25%) die tegenwoordig vaker naar een supermarkt gaat in plaats van naar een speciaalzaak. De markt kan onder 15% van de Dordtse bevolking op meer klandizie rekenen, maar tegelijkertijd onder een even grote groep op minder klandizie. Er hebben zich al met al dus heel wat verschuivingen voorgedaan.

Tabel 3.1 Veranderingen in het koopgedrag van de Dordtenaren

soorten verandering	%
Kopen nu bij meer verschillende supermarkten dan 2 à 3 jaar geleden.	42
Kopen nu het meest bij een andere supermarkt dan 2 à 3 jaar geleden.	28
Kopen nu vaker bij een supermarkt dan bij een speciaalzaak dan 2 à 3 jaar geleden.	25
Kopen nu vaker op de markt in Dordt Centrum dan 2 à 3 jaar geleden.	17
Kopen nu minder vaak op de markt in Dordt Centrum dan 2 à 3 jaar geleden.	16

Veranderingen koopgedrag naar woonwijk

Tussen de wijken doet zich een aantal verschillen voor. Verandering van primaire supermarkt komt relatief veel voor onder inwoners van de Staart en Wielwijk (beide 41%). Inwoners van Stadspolders (52%) en Wielwijk (51%) kopen thans relatief vaak bij meer verschillende supermarkten. Verder gaan relatief veel inwoners van de Binnenstad en de Noordflank tegenwoordig vaker naar de markt dan 2 à 3 jaar geleden (beide 35%) en relatief weinig inwoners van Crabbehoef (9%) en Sterrenburg (10%).

Samenhang met verhuizen

Het totale aantal wisselingen van primaire supermarkt is slechts voor een beperkt deel het gevolg van verhuizingen naar een andere wijk of het komen wonen in Dordrecht. Van de Dordtenaren die korter dan 2 jaar in de wijk wonen (7%), geeft 55% aan van supermarkt gewisseld

te zijn. Dit betekent dat 14% van de Dordtenaren die van supermarkt gewisseld zijn, korter dan 2 jaar in de wijk woont. Ook veel Dordtenaren die langer in de wijk wonen zijn dus van supermarkt veranderd (25% van degenen die langer dan 6 jaar in de wijk wonen).

Veranderingen koopgedrag naar huishoudenkenmerken

Dordtenaren onder de 35 jaar (18-34 jaar) geven wat meer aan een andere supermarkt te hebben (38%) en tegenwoordig vaker op de markt te komen (22%) dan Dordtenaren boven de 35 jaar.

Wat opvalt is dat het bij meer verschillende supermarkten kopen en het veranderen van primaire supermarkt in alle inkomenscategorieën ongeveer evenveel voorkomt. Het is dus niet zo dat dit vooral iets is van huishoudens met lage inkomens. De overige veranderingen (meer supermarkt i.p.v. speciaalzaak, vaker of juist minder vaak naar de markt) komen wel iets vaker voor bij huishoudens met een lager inkomen.

3.3 Niet alle winkelcentra profiteren in gelijke mate

Alle winkelgebieden in Dordrecht hebben te maken met 12% tot 15% van de (voormalige) klanten die er nu minder vaak boodschappen doen dan 2 à 3 jaar geleden. De winkels aan de Brouwersdijk, winkelcentrum Sterrenburg en winkelgebieden buiten Dordrecht lijken het meest van het veranderde koopgedrag te hebben geprofiteerd. In elk van deze winkelgebieden doet 10% van de Dordtse bevolking tegenwoordig vaker boodschappen (zie figuur 3.2).

Opvallend is dat voor alle winkelgebieden het aandeel Dordtenaren dat er tegenwoordig minder vaak boodschappen doet groter is dan het aandeel Dordtenaren dat er tegenwoordig vaker boodschappen doet. Dit lijkt er op te duiden dat de gerapporteerde verschuivingen in het koopgedrag tegelijkertijd gepaard zijn gegaan met een vermindering van de frequentie van boodschappen doen.

Meer klanten uit welke wijken?

Uit welke wijken trekken winkelcentra nu vooral nieuwe klanten?

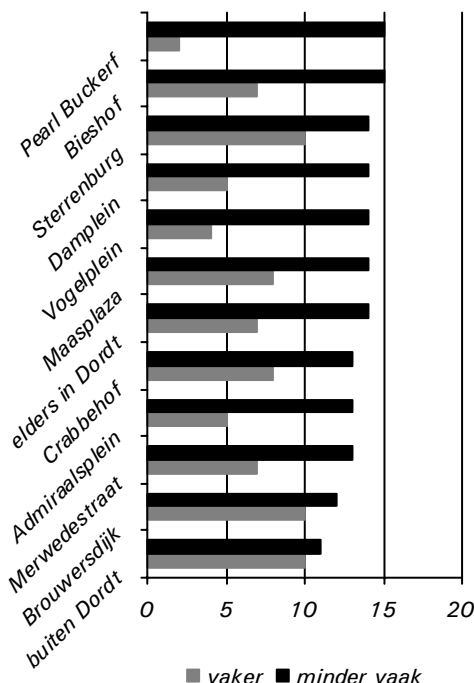
Winkelcentrum Sterrenburg en Maasplaza trekken uit relatief veel wijken van Dordrecht behoorlijk wat nieuwe klanten. In 6 van de 11 wijken zegt 10% of meer van de inwoners tegenwoordig vaker boodschappen te doen in winkelcentrum Sterrenburg. Voor Maasplaza is ditzelfde het geval in 5 van de 11 wijken. De andere winkelcentra trekken vooral nieuwe consumenten

uit de eigen wijk en uit aangrenzende wijken. Inwoners van de Staart doen meer dan inwoners van andere wijken hun boodschappen vaker buiten Dordrecht (zie tabel b2 in bijlage 1).

En uit welke wijken minder klanten?

Bij alle winkelcentra is de bezoekfrequentie uit alle wijken afgenomen. Per winkelcentrum doet zich naar woonwijk niettemin wel een aantal intensiteitverschillen voor. Wat ten eerste opvalt, is dat relatief veel huidige inwoners van Wielwijk bij veel winkelcentra tegenwoordig minder vaak hun boodschappen doen. Dit is ondermeer het gevolg van het feit dat Wielwijk jaarlijks veel nieuwe bewoners kent. De winkelcentra Pearl Buckerf, Damplein, Vogelplein en Merwedestraat worden daarnaast relatief minder bezocht door consumenten uit Oud-Krispijn; Damplein en Vogelplein ook door consumenten uit Crabbefhof. Inwoners van Crabbefhof doen hun boodschappen ook meer dan inwoners van andere wijken minder vaak in de eigen wijk. Voor het overige zijn de verschillen gering.

Figuur 2 Winkelgebieden waar men tegenwoordig vaker of minder vaak boodschappen doet, in procenten van degenen die zeggen hun boodschappen nu vaker ergens anders te doen



3.4 Bestedingsruimte en prijsverschillen vaak doorslaggevend

Gebleken is dat 37% van de Dordtenaren de boodschappen tegenwoordig beduidend vaker ergens anders doet dan 2 à 3 jaar geleden. Geld is de belangrijkste reden voor veranderingen van koopgedrag. De meest genoemde reden is dat men minder te besteden heeft en daardoor op zoek gaat naar de goedkoopste mogelijkheden (42%). Van alle Dordtse huishoudens doet thans dus 16% (42% x 37%) de boodschappen beduidend vaker ergens anders dan 2 à 3 jaar geleden omdat men minder te besteden heeft.

Dat het prijsverschil tussen supermarkt en speciaalzaak groter is geworden is voor 35% van de veranderaars reden om de boodschappen vaker ergens anders te doen en komt daarmee op een tweede plaats. Daarna volgen in volgorde van afnemend belang: het steeds grotere en betere assortiment bij supermarkten (27%), de sport om zo goedkoop mogelijk boodschappen te doen (23%), dat de markt nauwelijks meer goedkoper is dan de supermarkt (21%), verhuizing naar een andere wijk (16%), parkeerproblemen bij "oude winkelcentrum/ supermarkt" (13%) en ten slotte nog een paar redenen die door een minder groot deel van de respondenten worden genoemd (tabel 3.2).

Tabel 3.2 Redenen voor het vaker ergens anders boodschappen doen dan 2 à 3 jaar geleden (in procenten van de 37% van de Dordtenaren van wie het koopgedrag is veranderd)

redenen	%
Minder te besteden, dus zoeken naar de goedkoopste mogelijkheden.	42
Prijsverschil tussen supermarkten en speciaalzaken is veel groter geworden.	35
Assortiment bij supermarkten wordt steeds groter en beter.	27
Het is een sport om zo goedkoop mogelijk boodschappen te doen.	23
Markt is nauwelijks meer goedkoper dan supermarkt.	21
Ben verhuisd naar andere wijk.	16
Parkeerproblemen bij "oude" winkelcentrum/supermarkt.	13
Markt is minder gezellig dan vroeger.	11
Markt is gezelliger dan vroeger.	9
Markt is kwalitatief beter geworden.	6
Ik/we wonen nog niet lang in Dordt.	4
Markt is kwalitatief slechter geworden.	4
anders, namelijk	20

In de categorie "overig" gaven respondenten vaak als open antwoord ook een reden op die met geld te maken heeft (bijvoorbeeld dat men de "oude" supermarkt te duur is gaan vinden). Andere vaak genoemde redenen in de categorie "overig" zijn dat men behoefte heeft aan een breder assortiment of betere service en redenen die met persoonlijke omstandigheden te maken hebben (bijvoorbeeld boodschappen doen bij een supermarkt die op de route ligt naar een nieuwe baan).

Een aantal bijzonderheden op wijkniveau

Voor de - op zich relatief weinige - inwoners van Dubbeldam die hun koopgedrag hebben gewijzigd, geldt relatief vaak de kleinere bestedingsruimte als reden. Inwoners van Stadspolders noemen het grotere prijsverschil tussen supermarkten en speciaalzaken relatief vaak als reden voor verandering in het koopgedrag. Parkeerproblemen worden relatief veel door inwoners van Oud-Krispijn genoemd (32% van degenen wiens koopgedrag is veranderd); het staat in deze wijk op de derde plaats van genoemde redenen, tegenover de zevende plaats voor totaal Dordrecht. Verhuizing is voor de huidige inwoners van Wielwijk, de Binnenstad en Nieuw-Krispijn een veel voorkomende reden voor verandering van koopgedrag.

Vooral ouderen kijken af van gemiddeld beeld

Personen van 65 jaar en ouder noemen een aantal redenen significant vaker dan andere leeftijdsgroepen. Dit zijn:

- minder te besteden en daarom de goedkoopste supermarkt zoeken;
 - het is een sport om zo goedkoop mogelijk boodschappen te doen;
 - de markt is nauwelijks meer goedkoper dan de supermarkt;
 - de markt is minder gezellig dan vroeger; en
 - parkeerproblemen bij de "oude" supermarkt.
- Verhuizing naar een andere wijk in Dordrecht is voor relatief veel inwoners van 18 - 34 jaar de reden voor verandering(en) in het koopgedrag.

3.5 Marktbezoek lijkt redelijk stabiel

De markt lijkt niet veel te hebben geleden of te hebben gewonnen onder de veranderingen van het koopgedrag in de afgelopen 2 à 3 jaar. Het aandeel Dordtenaren dat zegt tegenwoordig minder vaak naar de markt te gaan (16%) is even groot als het aandeel dat zegt nu vaker te gaan (17%).

Een relatief groot deel van de inwoners uit de Binnenstad (35%) en Noordflank (35%) doet tegenwoordig vaker op de markt boodschappen. Ook wanneer gekeken wordt naar de redenen

die Dordtenaren geven voor een verandering van hun koopgedrag middelen de verschillende 'marktgebonden' redenen elkaar grotendeels uit: 9% van de veranderaars vindt de markt gezelliger en 11% minder gezellig dan voorheen, 6% van de veranderaars vindt de markt kwalitatief beter en 4% kwalitatief slechter geworden. Een voor de markt enigszins verontrustend gegeven is wel dat een op de vijf Dordtenaren van wie het koopgedrag de afgelopen 2 à 3 jaar veranderd is, aangeeft dat een van de redenen hiervoor is dat de markt nauwelijks meer goedkoper is dan de supermarkt.

Vaker naar de markt vanwege.....

Van de (17%) Dordtenaren die tegenwoordig vaker boodschappen doen op de markt dan 2 à 3 jaar terug, noemt 31% de reden dat de markt gezelliger is dan vroeger en 18% dat de markt kwalitatief beter is geworden. De meest genoemde reden is echter dat men zoekt naar het goedkoopste alternatief (45%).

Minder vaak naar de markt vanwege.....

Van de (16%) Dordtenaren die tegenwoordig minder vaak boodschappen doen op de markt dan 2 à 3 jaar terug, noemt 42% de reden dat de markt nauwelijks meer goedkoper is dan de supermarkt en 27% dat de markt minder gezellig is geworden. Ook hier noemen veel consumenten (41%) het op zoek zijn naar het goedkoopste alternatief als (een van) de reden(en). Eerder zagen we dat dit ook veel (45%) genoemd wordt als een van de redenen van een veranderd koopgedrag door mensen die nu (onder andere) juist vaker naar de markt gaan. Kennelijk is de markt voor sommige Dordtenaren een goedkoop alternatief en voor sommige anderen juist niet of in mindere mate.

4 Koopstromen: ontwikkelingen en ontstane situatie

In het vorige hoofdstuk hebben we vastgesteld dat het koopgedrag van Dordtse consumenten onder invloed van economische factoren en de concurrentie tussen supermarkten ingrijpend is veranderd. Tot welke veranderingen in de binding van bestedingen aan de eigen wijk en koopstromen tussen de wijken of naar buiten Dordrecht heeft dit alles nu geleid? En hoe ziet de ontstane situatie er precies uit? Dat zijn de onderwerpen van dit hoofdstuk. Voordat we dat meer in detail bespreken staan we eerst kort stil bij veranderingen in het aanbod, die immers ook hun invloed zullen hebben gehad op de koopstromen.

4.1 Aanbodontwikkelingen

De belangrijkste ontwikkelingen in het aanbod in de food-sector tussen 1999 en 2004 zijn (zie ook tabel 4.1):

- verplaatsing van een discounter van de Historische Binnenstad naar de Schil¹
- sluiting van diverse speciaalzaken in de Historische Binnenstad
- sluiting van een kleine supermarkt in Nieuw-Krispijn
- uitbreiding van supermarktruimte in Land van Valk en Stadspolder

In totaal is het aanbod in Dordrecht ten opzichte van 1999 iets gegroeid.

Tabel 4.1 Food-aanbod per wijk, 1999 en 2004

	m ² vvo 1)	m ² vvo 2)
	1999	2004
Historische Binnenstad	3.389	2.783
19e Eeuwse Schil	2.491	4.259
Oud-Krispijn	2.702	2.739
Nieuw-Krispijn	1.581	1.059
Land van Valk	398	550
Indische- en Vogelbuurt	1.465	1.504
Staart	2.463	2.660
Wielwijk	1.994	1.867
Crabbehof	2.379	2.843
Sterrenburg	4.032	3.735
Dubbeldam	2.256	2.182
Stadspolder	777	1.359
Vissershoeke	2.695	2.814
totaal	28.622	30.354

1) verkoopvloeroppervlak

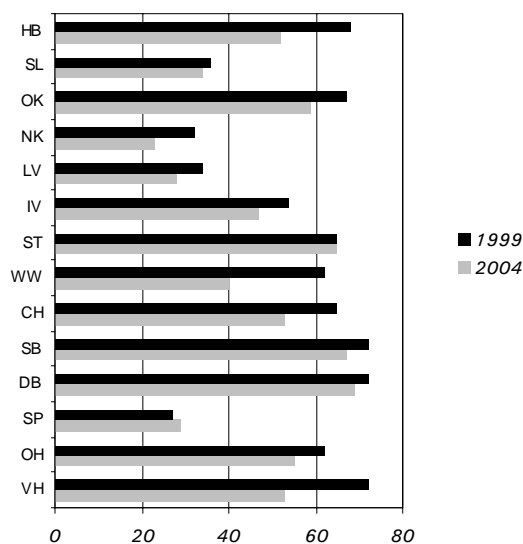
2) winkelvloeroppervlak; wegens verschillen in meetmethodiek is 2004 niet helemaal rechtstreeks vergelijkbaar met 1999

Bron: Locatus en SGB

4.2 Afgenomen binding aan de eigen wijk

De binding aan de eigen wijk is in vrijwel elke wijk afgenomen. Vooral in Wielwijk, Vissershoeke, Historische Binnenstad en Crabbehof is dit het geval. De Staart en Stadspolder zijn de enige uitzonderingen.

Figuur 3 Binding foodbestedingen aan de eigen wijk, 1999 en 2004



Wielwijk (WW) inclusief Zuidhoven
 Stadspolder: binding aan Pearl Buckerf
 Oudelandshoek/Vissershoeke: binding aan Bieshof

Hoewel consumenten dus vaker naar andere wijken (of naar buiten Dordrecht) gaan om hun inkopen te doen ligt de binding aan de eigen wijk in veel gevallen nog steeds (ruim) boven de 50%. Vooral in wijken met een betrekkelijk gering aanbod (Nieuw-Krispijn, Land van Valk, Stadspolder) is dit aandeel lager.

Opvallend is dat ook betrekkelijk weinig inwoners van de Schil hun boodschappen in de eigen wijk doen, terwijl hier toch sprake is van een

groot aanbod. Veel inwoners hebben kennelijk een voorkeur voor andere aanbieders, waaronder - zoals we in het vorige hoofdstuk zagen in toenemende mate - de weekmarkt. Hierin speelt ook mee dat de ligging van Maasplaza in het uiterste westen van de Schil maakt dat verschillend aanbod in Historische Binnenstad en Indische- en Vogelbuurt voor veel bewoners van de Schil dichterbij is.

4.3 Grotere stromen naar andere wijken, maar ook naar buiten Dordrecht

De afgenomen binding aan het winkelapparaat in de eigen wijk vertaalt zich in de eerste plaats in grotere stromen naar andere wijken (tabel 4.2). Het is daarbij vooral het winkelaanbod in naastgelegen wijken dat bestedingen naar zich toetrekt. Consumentenvoorkeuren mogen dan zijn gewijzigd, de voorkeur voor het doen van boodschappen op een acceptabele afstand van huis heeft nog niet veel aan kracht ingeboet. Meer gedetailleerd naar wijk bezien is het met name het winkelaanbod in Oud-Krispijn en Sterrenburg dat vanuit relatief veel andere wijken een grotere toevloeiing van de bestedingen realiseert.² Dit is in lijn met de meer kwalitatieve bevindingen over wijzigingen in het koopgedrag uit het vorige hoofdstuk.

In de tweede plaats nam ook de afvloeiing van koopkracht naar buiten Dordrecht licht toe.³ Met name Papendrecht en andere aankoopplaatsen buiten de agglomeratie Dordrecht, Zwijndrecht, Papendrecht wonnen aan belang. Zwijndrecht is anno 2004 juist wat minder in trek.

De toename van afvloeiing van bestedingen naar Papendrecht zal waarschijnlijk te maken hebben met de vestiging van een Lidl in die gemeente, een aan populariteit winnende discounter die geen vestiging in Dordrecht heeft. Papendrecht blijkt vooral meer in trek bij consumenten die vanuit de wijk een snelle verbinding hebben met de N3 (Staart, Oudelandshoek, Indische- en Vogelbuurt)

Tabel 4.2 Ontwikkeling koopstromen naar andere wijken en naar buiten Dordrecht 1999-2004, toe-/afname in procentpunten

	naar andere wijken	naar buiten Dordrecht
<i>Historische Binnenstad</i>	+12	+4
<i>19e Eeuwse Schil</i>	+1	+1
<i>Oud-Krispijn</i>	+8	0
<i>Nieuw-Krispijn</i>	+8	+1
<i>Land van Valk</i>	+2	+2
<i>Indische- en Vogelbuurt</i>	+3	+4
<i>Staart</i>	-5	+5
<i>Wielwijk</i>	+20	+2
<i>Crabbehof</i>	+10	+2
<i>Sterrenburg</i>	+5	0
<i>Dubbeldam</i>	+2	+1
<i>Stadspolder</i>	-6	+4
<i>Oudelandshoek</i>	-2	+9
<i>Vissershoek</i>	+14	+5
<i>totaal</i>	.	+2

4.4 Binding aan de Binnenstad in de totale dagelijkse sector groter

Tot nu hadden de resultaten betrekking op de food-sector: het aankopen van voedings- en genotmiddelen. Het is echter evenzeer gebruikelijk om bij koopstromenonderzoek de totale dagelijkse sector te beschouwen, dat is de food-sector inclusief drogisterijartikelen. Daarom hebben wij in dit onderzoek ook een koopstromenmatrix voor de totale dagelijkse sector becijferd (zie bijlage). Het belangrijkste verschil met de food-sector is dat de binding aan de Binnenstad voor de totale dagelijkse sector groter is. Consumenten uit alle wijken kopen hun drogisterijartikelen relatief veel in de Binnenstad. Het ruime aanbod van drogisterijen en parfumerieën in de binnenstad is daar uiteraard debet aan.

¹ Formeel behoort Maasplaza tot de Historische Binnenstad. Voor detailhandelonderzoek rekenen we het echter tot de Schil.

² De volledige koopstromenmatrices zijn opgenomen in de bijlage 2.

³ Ook het koopstromenonderzoek 2004 van de provincie Z-Holland constateert een geringe toename van de afvloeiing van bestedingen in de dagelijkse sector naar buiten Dordrecht.

5 Het functioneren van het food-aanbod in Dordrecht anno 2004

Het food-aanbod in Dordrecht is niet evenwichtig over alle wijken gespreid. De ene wijk heeft meer winkelmeters dan de ander, ook ten opzichte van de bevolkingsomvang. De kracht (omvang en formules) van het aanbod bepaalt de mate waarin consumenten in de eigen wijk boodschappen doen of juist in andere wijken. Samen bepalen deze componenten het marktaandeel. Hoe functioneert nu het food-aanbod in de diverse wijken gelet op het marktaandeel? Is dat bovengemiddeld of juist benedengemiddeld? En hoe heeft zich dat onder invloed van veranderingen in aanbod, inwonertal en consumentenvoorkeuren in de afgelopen 5 jaar ontwikkeld? Dit hoofdstuk geeft antwoord op deze vragen.

5.1 Grote verschillen in omvang food-aanbod en bovenwijkse functie

Tussen de wijken doen zich grote verschillen voor in de omvang van het food-aanbod per hoofd van de bevolking en deels parallel daaraan in de bovenwijkse functie van dat aanbod (tabel 5.1). Afgezet tegen de bevolkingsomvang in de eigen wijk is vooral het aanbod in de Schil en op de Staart erg groot. Ook de Historische Binnenstad, Crabbehof en Wielwijk kennen een relatief groot aanbod aan food-meters. Het aanbod in Land van Valk, Sterrenburg, Stadspolder en Vissershoeek is met minder dan 200 m² per 1.000 inwoners relatief het laagst. In totaal kent Dordrecht 254 m² food-aanbod per 1.000 inwoners. Voor een stad van deze omvang is dat gemiddeld.

De bovenwijkse functie van het food-aanbod in Nieuw-Krispijn en de 19^e Eeuwse Schil is het grootst. Hier moeten de winkels het voor driekwart van de omzet hebben van bestedingen van inwoners uit andere dan de eigen wijk. In de Schil trekt met name het relatief grote aanbod op Maasplaza veel koopkracht uit andere wijken, in Nieuw-Krispijn is vooral het specifieke karakter van het qua omvang op zich relatief beperkte aanbod hier debet aan. Andere wijken met meer dan 60% omzet van buiten de eigen wijk zijn de Indische- en Vogelbuurt en Oud-Krispijn.

Tegenover bovengenoemde wijken is er ook een aantal wijken waar het food-aanbod het vooral van de eigen wijkbewoners moet hebben. Dit zijn Land van Valk, Sterrenburg, Dubbeldam, Stadspolder en Vissershoeek.

Zonder uitzondering ook wijken met een betrekkelijk gering aanbod ten opzichte van het inwonertal.

Tabel 5.1 Food-aanbod van de verschillende wijken

	food-aanbod 2004 in m ² per 1.000 inwoners	% omzet afkomstig van buiten de wijk
<i>Historische Binnenstad</i>	354	53
<i>19e Eeuwse Schil</i>	540	76
<i>Oud-Krispijn</i>	230	61
<i>Nieuw-Krispijn</i>	202	80
<i>Land van Valk</i>	146	32
<i>Indische- en Vogelbuurt</i>	206	67
<i>Staat</i>	485	57
<i>Wielwijk</i>	321	52
<i>Crabbehof</i>	364	49
<i>Sterrenburg</i>	167	28
<i>Dubbeldam</i>	206	33
<i>Stadspolder</i>	140	28
<i>Vissershoeek 2)</i>	198	21
<i>totaal</i>	254	<i>nvt</i>

1) vanwege verschillen in meetmethodiek is 2004 niet helemaal rechtstreeks vergelijkbaar met 1999

2) als verzorgingsgebied van WC Bieshof hebben wij geheel Stadspolders aangemerkt

5.2 In sommige wijken hoge vloerproductiviteiten

Confrontatie van de marktaandelen in de toonbankbestedingen van de Dordtse bevolking met de aandelen van de wijken in het totale aanbod leert dat het food-aanbod in sommige wijken relatief hoge omzetten realiseert. Dit is het geval in Oud-Krispijn, Nieuw Krispijn, Land van Valk, Sterrenburg, Dubbeldam en Vissershoeek (winkelcentrum Bieshof). In deze wijken weten de supermarkten en levensmiddelenpecialzaken kennelijk relatief veel consumenten aan zich te binden. In een aantal, maar zeker niet in alle gevallen, gaat het daarbij om veel consumenten van buiten de eigen wijk. Wel gaat het in alle gevallen om wijken met relatief weinig aanbod ten opzichte van de wijkbevolking. Enige uitbreiding van het aanbod zou voor een aantal van

deze wijken op zijn plaats kunnen zijn.¹

Tabel 5.2 Aandeel in food-aanbod, marktaandeel toon bankbestedingen en aandeel omzet van buiten de wijk, naar wijk, 2004

	food-aanbod in %	marktaandeel in % ¹
Historische Binnenstad ²	9,2	5,9
19e Eeuwse Schil	14,0	9,3
Oud-Krispijn	9,0	15,2
Nieuw-Krispijn	3,5	5,0
Land van Valk	1,8	2,5
Indische- en Vogelbuurt	5,0	4,6
Staart	8,8	6,8
Wielwijk	6,2	4,0
Crabbehof	9,4	6,5
Sterrenburg	12,3	17,5
Dubbeldam	7,2	9,1
Stadspolder	4,5	3,2
Vissershoeck ³	9,3	10,5
Totaal	100	100

¹ marktaandeel van de toonbankbestedingen in Dordrecht, d.w.z. exclusief afvloeiing naar buiten Dordrecht, bestedingen op de markt in de Historische Binnenstad en Dubbeldam, de rijdende winkel en de boer.

² marktaandeel Historische Binnenstad exclusief weekmarkt.

³ als verzorgingsgebied van WC Bieshof hebben wij geheel Stadspolders aangemerkt.

5.3 En in sommige wijken lage vloerproductiviteiten

Tegenover de wijken met relatief hoge omzetten staan ook wijken waar het aanbod in verhouding tot zijn omvang juist relatief lage omzetten realiseert. Uitgezonderd Stadspolder (Pearl Buckerf) zijn dit allemaal wijken met ten opzichte van de wijkbevolking verhoudingsgewijs veel food-aanbod: de Historische Binnenstad, de 19^e Eeuwse Schil, de Staart, Wielwijk en Crabbehof. Uitgezonderd Stadspolder zijn dit ook de wijken die ook al in 1999 relatief lage omzetten realiseerden (zie verder 5.5). Per wijk volgt hier een korte toelichting:

- **Historische Binnenstad:**
Het food-aanbod in de Historische Binnenstad haalt deels ook omzet uit bestedingen van bezoekers van buiten Dordrecht. Ook het kleinschalige karakter verklaart deels het rela-

tief kleine marktaandeel.

- **19^e Eeuwse Schil:**
Het aanbod bestaat naast Maasplaza uit verspreid gevestigde kleinschalige (soms etnische) buurtwinkels met een beperkt omzetspotentieel. Ook een discounter zoals de Aldi in Maasplaza hoeft verhoudingsgewijs minder omzet te draaien dan een full-service super om rendabel te kunnen functioneren. Ten slotte zal ook in Maasplaza net als in de Historische Binnenstad een deel van de omzet afkomstig zijn van bestedingen van niet-Dordtenaren.
- **Staart:**
Het aanbod op de Staart bestaat uit 3 supermarkten en een slijter. Van de 3 supermarkten is er 1 een discounter. Het aantal speciaalzaken, met normaal gesproken relatief hoge vloerproductiviteiten, is zeer beperkt. Detailgegevens leren dat met name het functioneren van het (supermarkt)aanbod aan het Rivierenplein (nog steeds) onder druk staat.
- **Wielwijk:**
De cijfers onderstrepen nogmaals de noodzaak van revitalisering van het Admiraalsplein. Inmiddels is dat een eind op streek. Een vernieuwd Admiraalsplein zal koopkracht kunnen terugwinnen.
- **Crabbehof:**
Winkelcentrum Crabbehof verkeert in een moeilijke positie als gevolg van de nabijheid van de winkelcentra Admiraalsplein en Sterrenburg. Bovendien is met een Edah en een Super de Boer geen sprake van een sterke onderscheidende - supermarktcombinatie.
- **Stadspolder**
Het Pearl Buckerf is min of meer een buurtvoorziening die moet concurreren met grotere broer De Bieshof en met het aanbod in Dubbeldam. De uitbreiding van het aanbod lijkt niet evenredig gepaard te zijn gegaan met een toename van koopkrachtbinding.

5.4 Winnaars en verliezers ten opzichte van 1999

In een aantal wijken heeft het food-aanbod haar marktaandeel ten opzichte van 1999 kunnen vergroten, in een aantal andere wijken is het marktaandeel geslonken. Een en ander al dan niet onder invloed van vergroting van het aanbod en/of het inwonertal in het primaire verzorgingsgebied. Tabel 5.3 geeft hiervan een overzicht.

wijken met een gegroeid marktaandeel

- Het aanbod in de *19^e Eeuwse Schil* lijkt maar deels geprofiteerd te hebben van de toename van het inwonertal in Schil en Historische Binnenstad. De toename van het aanbod leidde wel tot meer toevloeiing vanuit andere wijken, maar niet tot een grotere binding van bestedingen door inwoners van de 19^e Eeuwse Schil zelf. Per saldo nam het marktaandeel veel minder toe dan het aanbod en groeide de discrepantie tussen marktaandeel en aanbodaandeel.
- Zowel in *Oud-Krispijn als in Nieuw-Krispijn* wist het aanbod haar marktaandeel te vergroten bij een afnemende bevolkingsomvang en een stabiel (Oud-Krispijn) tot afgenomen (Nieuw-Krispijn) aanbod. In deze wijken kan het aanbod dus zeker als winnaar worden aangemerkt. Het winkelaanbod in beide wijken trekt thans (veel) meer klanten uit andere wijken dan 5 jaar geleden.
- Ook het - op zich betrekkelijk beperkte - winkelaanbod in *Land van Valk* lijkt een gunstige ontwikkeling te hebben doorgemaakt. Het marktaandeel groeide harder dan het food-aanbod, deels onder invloed van een gunstige bevolkings-ontwikkeling. Net als in Oud- en Nieuw-Krispijn ligt het marktaandeel van het food-aanbod in Land van Valk beduidend boven het aanbodaandeel.
- Het food-aanbod op de *Staat* realiseert in 2004 een 10% hoger marktaandeel dan in 1999. Dit had wat hoger kunnen liggen als de bevolking niet was afgenomen. Ondanks de groei blijft de discrepantie tussen marktaandeel en aanbod aandeel grotendeels in tact.
- Zowel in *Sterrenburg* als in *Dubbeldam* is sprake van een bescheiden toename van het marktaandeel van het iets in omvang gekrompen food-aanbod. In Sterrenburg is dit ondanks een teruggang in bevolkingsomvang. Het aanbod in beide wijken behaalt zoals we zagen in 5.4 bovengemiddelde omzetten.
- Ook het aanbod in *Stadspolder* realiseert een marktaandeel dat 10% hoger ligt dan in 1999. Het marktaandeel heeft echter de groei van het aanbod niet bijgehouden en ligt daardoor in 2004 (ruim) onder het aanbodaandeel.

wijken met een afgenomen marktaandeel

- Dit is op de eerste plaats de *Historische Binnenstad*. Het marktaandeel van het food-aanbod daalde hier met 25%, grotendeels onder invloed van een afname van het aanbod met bijna 20%. Gunstig voor de Binnenstad was de toename van de bevolking met 5%.
- In lijn met een afname van het aanbod daalde ook het marktaandeel van het food-aanbod in *Wielwijk*. Relatief veel inwoners van Wielwijk zijn de afgelopen jaren voor het doen van hun boodschappen uitgeweken naar aangrenzende wijken. Gunstig voor Wielwijk was nog wel de bevolkingsgroei met 7%. Dit kon echter niet verhelpen dat het food-aanbod anno 2004 net als in 1999 benedengemiddeld presteert.
- Ook in de *Indische- en Vogelbuurt* daalde het marktaandeel van het food-aanbod. De afname van de binding van de food-bestedingen van de in omvang afgenomen wijkbevolking werd niet gecompenseerd door meer consumenten uit andere wijken. Het functioneren van het aanbod is daardoor omgeslagen van bovengemiddeld in 1999 tot licht benedengemiddeld in 2004.
- Naast Wielwijk doet ook Crabbehoef het thans minder goed dan vijf jaar geleden. Dit ondanks toename van het aanbod en groei van de bevolking. Een deel van de klantenkring is voor zijn aankopen uitgeweken naar andere wijken.
- In *Vissershoek* (WC Bieshof) ten slotte nam het marktaandeel licht af, bij een lichte groei van de bevolking. Vooral vanuit Vissershoek zelf is de binding gedaald.

Tabel 5.3 Marktaandeel toonbankbestedingen, food-aanbod en inwonertal, indices 2004, 1999 = 100

	marktaandeel ¹	food-aanbod	inwonertal
Historische Binnenstad ²	75	82	105
19e Eeuwse Schil	122	171	104
Oud-Krispijn	108	101	94
Nieuw-Krispijn	104	67	98
Land van Valk	179	138	104
Indische en Vogelbuurt	79	103	97
Staat	110	108	96
Wielwijk	85	94	107
Crabbehof	90	120	110
Sterrenburg	103	93	97
Dubbeldam	102	97	102
Stadspolder	110	175	99
Vissershoeck ³	91	104	104
Totaal	100	106	101

¹ marktaandeel van de toonbankbestedingen in Dordrecht, d.w.z. exclusief afvloeiing naar buiten Dordrecht, bestedingen op de markt in de Historische Binnenstad en Dubbeldam, de rijdende winkel en de boer.

² marktaandeel Historische Binnenstad exclusief weekmarkt.

³ als verzorgingsgebied van WC Bieshof hebben wij geheel Stadspolders aangemerkt.

¹ In Nieuw-Krispijn is onlangs op de plaats van de oude supermarkt een nieuwe geopend. Het food-aanbod per hoofd van de bevolking komt daarmee ruim boven het Dordts gemiddelde. De verwachting is dat de afvloeiing van koopkracht uit Nieuw-Krispijn met de opening van de nieuwe supermarkt zal zijn afgenomen. Het marktaandeel van het aanbod in Nieuw-Krispijn zelf zal daardoor toenemen, dat van het aanbod in met name Oud-Krispijn en Land van Valk afnemen. Deze marktaandelen komen dan meer in overeenstemming met hun aanbodaandelen.

Bijlagen

Bijlage 1 Veranderingen in koopgedrag (bijlage bij hoofdstuk 3)

Tabel b1 Veranderingen in koopgedrag, naar verschillende achtergrondkenmerken

achtergrondkenmerk	A	B	C	D	E	T
<i>huishoudensamenstelling</i>						
<i>alleenstaand</i>	36	23	22	18	16	33
<i>gehuwd of samenwonend zonder (thuiswonende) kinderen</i>	40	28	22	18	17	36
<i>gehuwd of samenwonend met/en thuiswonende kinderen</i>	47	29	28	15	15	38
<i>alleenstaande ouder met thuiswonende kinderen</i>	52	37	30	17	35	55
<i>huishoudeninkomen</i>						
<i>€ 999 of minder per maand</i>	48	36	31	29	27	37
<i>€ 1000 - € 1499 per maand</i>	48	29	35	21	26	38
<i>€ 1500 - € 1999 per maand</i>	46	29	28	20	14	35
<i>€ 2000 - € 2499 per maand</i>	44	25	26	17	17	37
<i>€ 2500 of meer per maand</i>	44	31	21	15	13	38
<i>woonwijk</i>						
<i>Binnenstad</i>	36	28	22	35	10	36
<i>Noordflank</i>	40	32	20	35	11	39
<i>Oud-Krispijn</i>	41	21	23	16	20	35
<i>Nieuw-Krispijn</i>	39	24	29	17	19	34
<i>Het Reeland</i>	36	32	25	16	19	45
<i>Staart</i>	48	41	30	16	23	43
<i>Wielwijk</i>	51	41	28	25	23	47
<i>Crabbehof</i>	44	35	26	9	21	45
<i>Sterrenburg</i>	42	23	22	10	16	<u>29</u>
<i>Dubbeldam</i>	34	20	19	12	16	<u>26</u>
<i>Stadspolders</i>	52	30	30	12	12	42
<i>woonduur in de wijk</i>						
<i>Korter dan 2 jaar</i>	41	55	24	29	10	<u>61</u>
<i>2-5 jaar</i>	48	31	26	21	14	43
<i>6-10 jaar</i>	48	30	22	16	15	40
<i>langer dan 10 jaar</i>	39	23	26	14	19	<u>30</u>
<i>leeftijd</i>						
<i>18-34 jaar</i>	45	38	26	22	15	<u>44</u>
<i>35-49 jaar</i>	48	29	26	18	15	40
<i>50-64 jaar</i>	39	22	21	12	17	32
<i>65 jaar en ouder</i>	33	17	24	12	20	<u>23</u>
<i>totaal</i>	42	28	25	17	16	37

A: Kopen nu bij meer verschillende supermarkten dan 2 à 3 jaar geleden.

B: Kopen nu het meest bij een andere supermarkt dan 2 à 3 jaar gelede

C: Kopen nu vaker bij een supermarkt dan bij een speciaalzaak dan 2 à 3 jaar geleden.

D: Kopen nu vaker op de markt in Dordt Centrum dan 2 à 3 jaar geleden.

E: Kopen nu minder vaak op de markt in Dordt Centrum dan 2 à 3 jaar geleden.

T: Kopen nu al met al beduidend vaker ergens anders dan 2 à 3 jaar geleden.

Tabel b2 Verandering van winkelgebied: waar doet men tegenwoordig vaker boodschappen? (gepercenteerd op de totale bevolking van de wijk of van geheel Dordrecht)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
BS	3	1	0	3	0	0	2	<u>17</u>	9	8	10	6
NF	5	3	1	5	0	0	<u>15</u>	10	3	<u>15</u>	<u>17</u>	7
OK	10	<u>19</u>	<u>9</u>	2	0	1	0	11	<u>26</u>	1	7	12
NK	10	7	0	2	0	3	5	10	<u>17</u>	0	7	10
RL	8	5	2	6	1	5	<u>19</u>	<u>17</u>	9	6	11	10
ST	16	5	3	12	5	5	<u>10</u>	0	7	<u>38</u>	5	<u>28</u>
WW	10	<u>30</u>	<u>35</u>	1	0	3	3	8	15	1	5	13
CH	<u>22</u>	<u>29</u>	<u>17</u>	3	0	3	2	9	<u>17</u>	2	6	9
SB	<u>18</u>	4	3	2	1	3	1	7	7	5	4	7
DB	5	3	0	8	0	<u>13</u>	0	3	1	3	2	4
SP	6	2	0	<u>22</u>	<u>12</u>	<u>12</u>	1	4	4	<u>12</u>	6	14
Dordt	10	8	5	7	2	5	4	8	10	7	7	10

A: winkelcentrum Sterrenburg

B: winkelcentrum Crabbehof

C: winkelcentrum Admiraalsplein

D: winkelcentrum Bieshof

E: winkelcentrum Pearl Buckerf

F: winkelcentrum Damplein

G: winkelcentrum Vogelplein

H: Maasplaza

I: Brouwersdijk

J: Merwedestraat

K: overige winkelgebieden in Dordrecht

L: winkelgebieden buiten Dordrecht

Tabel b3 Verandering van winkelgebied: waar doet men tegenwoordig minder vaak boodschappen? (gepercenteerd op de totale bevolking van de wijk of van geheel Dordrecht)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
BS	9	10	10	10	9	9	9	8	7	9	7	6
NF	8	10	10	15	14	10	8	14	12	11	12	8
OK	19	13	15	21	<u>23</u>	<u>22</u>	<u>21</u>	20	11	<u>23</u>	17	15
NK	12	14	12	16	12	12	9	12	7	10	10	9
RL	16	16	17	18	15	17	10	13	16	14	15	14
ST	13	18	15	16	16	13	12	18	15	7	21	8
WW	22	10	12	<u>30</u>	<u>30</u>	<u>25</u>	<u>27</u>	<u>25</u>	<u>21</u>	<u>26</u>	<u>26</u>	<u>19</u>
CH	18	19	12	22	22	<u>21</u>	<u>21</u>	18	16	18	18	16
SB	11	12	11	13	12	10	11	12	10	10	11	9
DB	9	8	9	9	9	10	8	9	7	7	7	7
SP	15	17	17	10	12	9	16	16	14	11	14	9
Dordt	14	13	13	15	15	14	14	14	12	13	14	11

A: winkelcentrum Sterrenburg

G: winkelcentrum Vogelplein

B: winkelcentrum Crabbehof

H: Maasplaza

C: winkelcentrum Admiraalsplein

I: Brouwersdijk

D: winkelcentrum Bieshof

J: Merwedestraat

E: winkelcentrum Pearl Buckerf

K: overige winkelgebieden in Dordrecht

F: winkelcentrum Damplein

L: winkelgebieden buiten Dordrecht

Bijlage 2 Koopstromen (bijlage bij hoofdstuk 4 en 5)

Tabel b4 Koopstromen in de food-sector 2004, in procenten van de food-bestedingen (geen drogisterijartikelen) van inwoners van de woonwijken en Dordrecht totaal

koopwijk	woonwijk																		
	HB	SL	OK	NK	LV	IV	SO	SW	WW	CH	ZH	S1	S2	S3	DB	SP	OH	VH	Dordt 2004
HB	52	25	4	8	6	6	5	5	4	2	4	2	1	2	2	2	3	3	8,0
SL	23	34	8	13	11	11	0	1	5	6	17	3	6	6	2	1	3	0	8,4
OK	5	8	59	31	15	4	2	7	14	10	12	6	10	8	7	5	2	5	13,8
NK	1	4	6	23	13	4	1	1	3	4	12	4	7	2	1	1	2	3	4,6
LV	0	0	1	8	28	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2,3
IV	3	11	0	3	13	47	1	5	2	1	0	1	1	0	1	2	3	0	4,2
ST	8	8	0	0	2	8	67	63	1	0	0	2	1	2	3	5	6	8	6,2
WW	0	0	5	0	0	0	0	0	40	7	3	3	4	3	0	0	0	0	3,6
CH	0	0	7	5	0	0	0	0	18	56	23	2	1	2	0	0	0	0	5,9
SB	2	1	4	3	2	4	3	5	9	7	24	69	64	68	4	2	6	1	15,9
DB	0	1	1	2	4	2	1	0	0	2	4	1	0	1	69	8	7	7	8,8
SP	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	29	1	10	2,9
VH	2	5	0	0	1	1	2	0	0	0	0	1	0	1	4	39	55	53	9,5
OD	0	0	1	1	0	0	0	3	1	0	0	1	1	1	3	1	0	1	0,8
ZW	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0,5
PA	2	2	0	0	1	5	12	4	1	2	0	2	2	1	1	1	9	2	2,1
EL	3	2	2	2	2	2	3	4	2	4	1	2	1	1	2	5	4	6	2,6

HB = Historische Binnenstad LV = Land van Valk SO = Staart-Oost SB = Sterrenburg DB = Dubbeldam OD = Overig Dordrecht
 SL = 19e Eeuwse Schil IV = Indische-/Vogelbuurt WW = Wielwijk S1 = Sterrenburg 1 SP = Stadspolder ZW = Zwijndrecht
 OK = Oud-Krispijn ST = Staart CH = Crabbehof S2 = Sterrenbrug 2 VH = Vissershoek PA = Papendrecht
 NK = Nieuw-Krispijn SW = Staart-West ZH = Zuidhoven S3 = Sterrenburg 3 OH = Oudelandshoek EL = elders

NB. De tabel moet kolomsgewijs worden gelezen; in de laatste kolom staan de marktaandeelen van het food-aanbod in de diverse wijken.

Tabel b5 Veranderingen in koopstromen in de food-sector tussen 1999 en 2004, toe-/afname in procentpunten van de food-bestedingen (geen drogisterijartikelen) van inwoners van de woonwijken en Dordrecht totaal

koopwijk	woonwijk																		Dordt 2004
	HB	SL	OK	NK	LV	IV	SO	SW	WW	CH	ZH	S1	S2	S3	DB	SP	OH	VH	
HB	-16	-8	-3			-5			-3	-4									-2,8
SL	+7		+4		+3	+3				+3			+3					-3	+1,4
OK		+4	-8		+5			+4	+4	+6			+5		+5		-4	+3	+0,7
NK		+3		-9	+6				+3	+10			+5						+0,2
LV				+6	-6	+3													+1,0
IV						-7		-4											-1,2
ST	+3	-3						+3										+7	+0,6
WW			+4						-22	+3		+3	+4	+3					-0,7
CH									+5	-13	-12						-3		-0,7
SB			+3			+3		+4	+8	+6	-3	-6	-4				+3		+0,2
DB					-3					+4					-3			+3	+0,2
SP																		+4	+0,2
VH		+5											-3		-3	-3	-7	-19	-1,2
OD										-6									-0,3
ZW										-5			-3						-0,4
PA						+4	+8										+8		+1,6
EL										+4	-4					+3		+5	+1,0

HB = Historische Binnenstad LV = Land van Valk SO = Staart-Oost SB = Sterrenburg DB = Dubbeldam OD = Overig Dordrecht
SL = 19e Eeuwse Schil IV = Indische-/Vogelbuurt WW = Wielwijk S1 = Sterrenburg 1 SP = Stadspolder ZW = Zwijndrecht
OK = Oud-Krispijn ST = Staart CH = Crabbehof S2 = Sterrenbrug 2 VH = Vissershoeek PA = Papendrecht
NK = Nieuw-Krispijn SW = Staart-West ZH = Zuidhoven S3 = Sterrenburg 3 OH = Oudelandshoek EL = elders

NB. De tabel moet kolomsgewijs worden gelezen; in de laatste kolom staan de marktaandeelen van het food-aanbod in de diverse wijken.

Tabel b6 Koopstromen in de dagelijkse sector 2004, in procenten van de dagelijkse bestedingen (inclusief drogisterijartikelen) van inwoners van de woonwijken en Dordrecht totaal

koopwijk	woonwijk																		Dordt 2004
	HB	SL	OK	NK	LV	IV	SO	SW	WW	CH	ZH	S1	S2	S3	DB	SP	OH	VH	
HB	63	28	6	10	8	8	7	7	5	3	5	3	2	4	3	2	4	4	9,3
SL	22	32	8	12	11	10	0	1	5	6	17	3	6	5	2	1	3	1	8,1
OK	5	8	59	31	14	4	2	7	14	10	11	6	9	8	7	4	2	5	13,7
NK	1	4	6	22	12	4	1	1	2	4	12	4	7	2	1	0	2	3	4,4
LV	0	0	1	7	27	5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2,2
IV	3	10	0	3	13	46	1	5	2	1	0	1	1	0	1	2	3	0	4,1
ST	7	7	0	0	2	8	64	61	1	0	0	2	0	2	3	5	6	8	5,9
WW	0	0	5	0	0	0	0	0	39	7	2	3	4	3	0	0	0	0	3,6
CH	0	0	7	5	0	0	0	0	18	56	24	2	1	2	0	0	0	0	5,9
SB	2	1	4	3	2	4	3	5	9	7	24	69	64	68	5	2	5	1	15,9
DB	0	1	1	2	4	2	1	0	0	2	3	1	0	1	68	8	7	7	8,6
SP	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	29	1	10	2,9
VH	2	4	0	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	1	4	38	56	53	9,6
OD	0	0	1	1	1	0	0	3	1	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0,8
ZW	0	0	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,5
PA	2	2	0	0	1	4	13	4	1	2	0	2	2	1	2	2	8	2	2,1
EL	3	2	2	3	2	2	3	4	2	4	1	2	1	1	2	5	4	6	2,7

HB = Historische Binnenstad LV = Land van Valk SO = Staart-Oost SB = Sterrenburg DB = Dubbeldam OD = Overig Dordrecht
 SL = 19e Eeuwse Schil IV = Indische-/Vogelbuurt WW = Wielwijk S1 = Sterrenburg 1 SP = Stadspolder ZW = Zwijndrecht
 OK = Oud-Krispijn ST = Staart CH = Crabbehof S2 = Sterrenbrug 2 VH = Vissershoek PA = Papendrecht
 NK = Nieuw-Krispijn SW = Staart-West ZH = Zuidhoven S3 = Sterrenburg 3 OH = Oudelandshoek EL = elders

NB. De tabel moet kolomsgewijs worden gelezen; in de laatste kolom staan de marktaandeelen van het food-aanbod in de diverse wijken.

Tabel b7 Koopstromen in de food-sector 2004, in procenten van de food-bestedingen (geen drogisterijartikelen) van inwoners van de woonwijken en Dordrecht totaal

kooplocatie	woonwijk																		
	HB	SL	OK	NK	LV	IV	SO	SW	WW	CH	ZH	S1	S2	S3	DB	SP	OH	VH	Dordt 2004
markt, centrum	9	8	2	4	3	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2,6
wink. elders HB	43	17	3	4	3	3	4	3	2	1	3	1	0	1	1	0	1	2	5,4
wink. 19° Schil west	22	31	8	12	10	7	0	0	5	6	17	3	6	6	2	1	3	0	8,0
wink. 19° Schil oost	0	2	0	0	1	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,4
wink. Krisp. Weg N.	0	0	4	2	1	1	0	0	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0,8
wink. Brouwersdijk	5	7	51	27	13	4	2	7	11	9	9	5	9	8	6	4	2	5	12,2
wink. JP Heijeplein	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0,3
wink. elders OK	0	0	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0,4
wink. Nassauplein	0	0	3	9	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	0	0	1	1	1,4
wink. elders NK	1	4	3	14	11	3	0	0	1	3	9	3	5	2	1	1	1	2	3,2
wink. Lv Valk	0	0	1	8	28	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2,3
wink. Vogelplein	2	9	0	2	5	40	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	2	0	2,8
wink. Reeweg Oost	1	1	0	0	7	6	1	2	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1,1
wink. elders IV	0	0	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3
wink. Staart West	8	8	0	0	2	8	35	59	0	0	0	2	1	2	3	5	6	8	5,2
wink. Staart Oost	0	0	0	0	0	0	32	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,0
wink. Admiraalsplein	0	0	5	0	0	0	0	0	40	7	3	3	4	3	0	0	0	0	3,6
wink. Oldenbarn.plein	0	0	7	5	0	0	0	0	18	56	23	2	1	2	0	0	0	0	5,9
wink. wc Sterrenburg	2	1	4	3	2	4	3	5	9	7	24	68	62	53	4	2	6	1	14,2
wink. Slangenburger	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	15	0	0	0	0	1,7
wink. Damplein/elders	0	1	1	2	4	2	1	0	0	2	3	1	0	1	65	8	7	7	8,3
markt Dubbeldam	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0,5
wink. Pearl Buck	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	29	1	10	2,9
wink. wc Bieshof	2	5	0	0	1	1	2	0	0	0	0	1	0	1	4	39	55	53	9,5
rijdende winkel	0	0	1	1	0	0	0	3	1	0	0	0	1	0	2	1	0	0	0,6
boer Eiland v Dordt	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0,2
Zwijndrecht	0	0	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0,5
Papendrecht	2	2	0	0	1	5	12	4	1	2	0	2	2	1	1	1	9	2	2,1
elders	3	2	2	2	2	2	3	4	2	4	1	2	1	1	2	5	4	6	2,6

HB = Historische Binnenstad LV = Land van Valk SO = Staart-Oost SB = Sterrenburg DB = Dubbeldam OD = Overig Dordrecht
 SL = 19e Eeuwse Schil IV = Indische-/Vogelbuurt WW = Wielwijk S1 = Sterrenburg 1 SP = Stadspolder ZW = Zwijndrecht
 OK = Oud-Krispijn ST = Staart CH = Crabbehof S2 = Sterrenbrug 2 VH = Vissershoek PA = Papendrecht
 NK = Nieuw-Krispijn SW = Staart-West ZH = Zuidhoven S3 = Sterrenburg 3 OH = Oudelandshoek EL = elders

NB. De tabel moet kolomsgewijs worden gelezen; in de laatste kolom staan de marktaandeelen van het food-aanbod in de diverse wijken.

Bijlage 3 Vragenlijst

B. Het aankopen van levensmiddelen, het doen van boodschappen

Waar doet u uw boodschappen en is dat ten opzichte van 2 à 3 jaar geleden sterk veranderd? Daarover gaan de vragen in dit tweede vragenblok. De resultaten zijn van belang voor het gemeentelijk detailhandelsbeleid.

1. Hieronder staat een aantal stellingen. Wilt u aankruisen of de stelling al dan niet van toepassing is op uw huishouden?

	WEL van toepassing	NIET van toepassing
ik koop/wij kopen onze boodschappen tegenwoordig:		
het meest bij een <u>andere</u> supermarkt dan zo'n 2 à 3 jaar geleden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bij <u>meer verschillende</u> supermarkten dan 2 à 3 jaar geleden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vaker dan 2 à 3 jaar geleden bij een supermarkt dan bij speciaalzaken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>vaker</u> op de markt in Dordrecht Centrum dan zo'n 2 à 3 jaar geleden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>minder vaak</u> op de markt in Dordrecht Centrum dan 2 à 3 jaar geleden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 2a. Kunt u al met al zeggen dat de boodschappen voor uw huishouden beduidend vaker ergens anders worden gekocht dan 2 à 3 jaar geleden?

- nee ---> gaat u verder met vraag 3
 ja

- 2b. Betekent dat ook dat u tegenwoordig beduidend minder vaak uw boodschappen haalt in het winkelcentrum waar u 2 à 3 jaar geleden het vaakst kwam?

- nee ---> gaat u verder met vraag 2d
 ja

- 2c. In welk winkelcentrum komt u dan nu beduidend vaker en in welk beduidend minder vaak?

winkelcentrum/winkelgebied:	beduidend vaker in	beduidend minder vaak in
winkelcentrum Sterrenburg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
winkelcentrum Crabbehof	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
winkelcentrum Admiraalsplein (Wielwijk)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
winkelcentrum Bieshof	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
winkelcentrum Pearl Buckerf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
winkelcentrum Damplein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
winkelcentrum Vogelplein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maasplaza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brouwersdijk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Merwedestraat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
overige winkelgebieden in Dordrecht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2d. **Wat is de reden of zijn de redenen dat de boodschappen voor uw huishouden beduidend vaker er-gens anders worden gekocht dan 2 à 3 jaar geleden?**

meerdere antwoorden mogelijk

- ik woon/wij wonen nog niet zo lang in Dordrecht
- ik ben/wij zijn verhuisd naar een andere wijk in Dordrecht
- ik heb/wij hebben minder te besteden, dus zoeken we naar de goedkoopste mogelijkheden
- ik vind/wij vinden het een sport om zo goedkoop mogelijk boodschappen te doen
- de markt is nauwelijks meer goedkoper dan de supermarkt
- de markt is minder gezellig dan vroeger
- de markt levert minder kwaliteit dan vroeger
- de markt is gezelliger dan vroeger
- de markt is kwalitatief beter geworden
- het prijsverschil tussen supermarkten en speciaalzaken is veel groter geworden
- het assortiment bij supermarkten wordt steeds groter en beter
- vanwege parkeerproblemen bij mijn "oude" winkelcentrum/supermarkt
- anders, nl:

3. **Waar worden thans de onderstaande levensmiddelen voor uw huishouden HET MEEST gekocht en waar - eventueel - REGELMATIG OOK?**

NB: de aankoopplaatsen en de bijbehorende nummers staan op nevenstaande pagina

	HET MEEST gekocht in: *	REGELMATIG OOK gekocht in: *				
levensmiddelengroep						
A. aardappelen, groenten en fruit	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>			<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>		
B. brood, banket	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>			<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>		
C. melk, zuivelproducten	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>			<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>		
D. vlees, vleeswaren	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>			<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>		
E. wild, gevogelte	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>			<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>		
F. vis	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>			<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>		
G. kruidenierswaren (koffie, suiker, conserven, frisdrank e.d.)	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>			<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>		
H. alcoholische dranken (bier, wijn, sterk alcoholisch)	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>			<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>		
I. tabaksartikelen	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>			<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td style="width: 20px;"></td><td style="width: 20px;"></td></tr></table>		

J. delicatessen

--	--

--	--

K. drogisterij- en parfumerieartikelen
(waspoeder, persoonlijke verzorgng,
e.d.)

--	--

--	--

- * svp voor iedere levensmiddelengroep het nummer invullen van de betreffende aankoopplaats;
zie voor de nummers het overzicht op nevenstaande pagina

Aankoopplaatsen voor het invullen van vraag 3

Bij vraag 3 wordt u gevraagd in te vullen waar de genoemde levensmiddelen voor uw huishouden het meest en waar - eventueel - regelmatig ook worden gekocht. Wilt u het nummer dat vóór de aankoopplaats staat waar de genoemde levensmiddelen worden gekocht, bij vraag 3 in de daartoe bestemde vakjes invullen?

nr: wijk/aankoopplaats

Stadscentrum/Historische Binnenstad

- 01 op de markt in het Stadscentrum
- 02 winkels ergens anders in de Historische Binnenstad

19e Eeuwse Schil

- 03 winkels 19e Eeuwse Schil-West (o.a. Albert Heijn-Maasplaza, Spuiweg, Blekersdijk)
- 04 winkels 19e Eeuwse Schil-Oost (ten oosten van de Blekersdijk)

Oud-Krispijn

- 05 winkels Krispijnseweg-Noord (tussen Bosboom-Toussaintstraat en van Baerlestraat)
- 06 winkels Brouwersdijk
- 07 winkels J.P. Heijplein
- 08 winkels ergens anders in Oud-Krispijn (o.a. Bosboom Toussaintstraat)

Nieuw-Krispijn

- 09 winkels Paulusplein (officieel Nassaplein)
- 10 winkels ergens anders in Nieuw-Krispijn (o.a. ALDI-Dubbeldamseweg)

Staart

- 11 winkels Staart-West (Merwedestraat)
- 12 winkels Staart-Oost/Merwedepolder (Rivierenplein)

Indische- en Vogelbuurt (Reeland)

- 13 winkels Vogelplein (incl. bakker hoek Bankastraat/Riouwstraat)
- 14 winkels Reeweg-Oost (incl. bakker hoek Balistraat/Lombokstraat)
- 15 winkels ergens anders in de Indische- en Vogelbuurt

Land van Valk (Reeland)

- 16 winkels Land van Valk (Eemsteynplein)

Wielwijk

- 17 winkels winkelcentrum Wielwijk (Admiraalsplein)

Crabbehof

- 18 winkels winkelcentrum Crabbehof (Van Oldenbarneveltplein)

Sterrenburg

- 19 winkels winkelcentrum Sterrenburg
- 20 winkels Slangenburg

Dubbeldam

- 21 winkels Damplein en elders in Dubbeldam
- 22 markt Dubbeldam

Stadspolders

- 23 winkels winkelcentrum Bieshof
- 24 winkels winkelcentrum Pearl Buckerf

Elders in Dordrecht

- 25 rijdende winkel aan huis
- 26 bij de boer op het eiland van Dordrecht

Buiten Dordrecht

- 27 Zwijndrecht
- 28 Papendrecht
- 29 ergens anders buiten Dordrecht

PUBLICATIES VAN HET SOCIAAL GEOGRAFISCH BUREAU

OPENBARE ORDE EN VEILIGHEID:

Leefbaarheid en veiligheid in Dordrecht	2001	2002
Benchmark leefbaarheid en veiligheid	2001	2002
Leefbaarheid en veiligheid in de Drechtsteden	anno 2002	2003
Overzicht bestaande leefbaarheidsonderzoeken		2000
Jeugdcriminaliteitskaart Zuid-Holland Zuid		2001
Eind evaluatie Veiligheidsnetwerk Zwijndrecht		2002
Veiligheidsbeleving op school		2002
Leefbaarheid en veiligheid in de Gemeente Zwijndrecht	anno 2002	2003
Evaluatie hondenbeleid		2004

VERKEER EN VERVOER:

Parkeerregulering Groenedijk/Oranjelaan		2003
Klantenonderzoek Kiltunnel		2001
Verkeren op bedrijventerreinen		1999
Autobezit, verplaatsingsgedrag en vervoermiddelgebruik van de Dordtse bevolking	anno 2001	2003

SOCIAAL-ECONOMISCH BELEID:

Monitor Binnenstad Dordrecht	2000/2001	2002
Regionale werkgelegenheidsrapportage Zuid-Holland Zuid		meerjarig
Bedrijvenregister Dordrecht		jaarlijks
Monitor werk	2002	2003
De Sociale Staat van Dordrecht	2001/2002	2003
De markt voor benzinepompen in Dordrecht		2001
Horeca in Dordrecht	anno 2001	2002
Onderzoek draagvlak vrijdagmiddagmarkt		2003
Monitor vraagzijde arbeidsmarkt havengebonden cluster Rijnmond		2004

ONDERWIJS:

Monitor lokaal onderwijs Dordrecht	2002/2003	2003
Schoolverzuim & schooluitval		1999
ROC's Albeda College en Da Vinci College in de Hoeksche Waard		2003
Behoeftte onderzoek kinderopvang Dordrecht		2001
Integrale leerlingenprognose gemeente Dordrecht	2002-2018	

VRJE TIJD, CULTUUR, SPORT EN RECREATIE:

Vrijtijdsbesteding in de Drechtsteden	in 2001	2002
Dordtenaren over recreatie in het buitengebied		2004
Vrijwilligerswerk in Dordrecht	2003	2004
Meningspeiling theatervoorziening in Dordrecht		2004
Publieksonderzoek Wantijpop/Rainbowpark	2002	2002
Kerstmarkt Dordrecht	2001	2002
Boekenmarkt Dordrecht	2002	2002
Opinies over en waardering voor evenementen in Dordrecht		2003
Onderzoek Openbare Bibliotheek Dordrecht		2003
Publieksonderzoek Zomerkermis	2003	2003

SOCIALE VOORZIENINGEN EN MAATSCHAPPELIJK WERK:

Jeugdbeleid in de Drechtsteden		2003
Behoeftte-onderzoek Dubbeldam		2004
Jongeren Dordrecht	2001	2002
Gezondheidsmonitor Zuid-Holland Zuid	2000	2001
Monitor Sociaal Programma Oud-Krispijn Zuid-2		2002
Vertrokken Antillianen		2002
Doelgroepenonderzoek Bureau Schuldhulpverlening Dordrecht deel I en II		2003
Doelgroepenonderzoek Bureau Schuldhulpverlening Dordrecht deel III		2003
Uitvallersonderzoek Bureau Schuldhulpverlening Dordrecht		2003
Tabellenboek Wijkprofielen	2002	2003
Evaluatie Dordtpas	2003	2003
Ouderenmonitor	2002	2003

SOCIALE VOORZIENINGEN EN MAATSCHAPPELIJK WERK:

Wijkmarkt Staart		2003
Evaluatie project dynamisch wonen		2004

RUIMTELIJKE ORDENING EN VOLKSHUISVESTING:

Woonmonitor Dordrecht	2003	2003
Woonmonitor Drechtsteden	2003	2003
Woningbehoefteonderzoek Drechtsteden		2001
Evaluatie woonkeus Drechtsteden		2001
Beleving van en opinies over ruimtelijke kwaliteit en welstand in Dordrecht	anno 2000	2001
Verslag Geschikt Wonen		2003
Migratie-onderzoek	2002	2003

ALGEMEEN BESTUUR EN MAATSCHAPPELIJKE VERKENNINGEN:

Dit is Dordt Een vergelijking met de 33 grootsteden in Nederland		2003
Opinies over de toekomst van Dordrecht		1998
Opinies over bestuur van de stad		1999
Evaluatie inspraakbeleid		2002
Succesvol lokaal ouderenhuisvestingsbeleid		2001
De sociale staat van Dordrecht		2001
Gezondheidsmonitor Zuid-Holland Zuid hoofdrapport en deelrapport: Dordrecht		2001
Omnibusonderzoek Barendrecht 2000		2001
Prognose Essenhof 2000-2015 (crematies en begravingen)		2000
Bereik/waardering voor info gem. Dordrecht		2002
Herhalingsmeting beeld van en belangstelling voor de Drechtsteden		2002
De stem van de burger		2002
Bezoekersonderzoek Dag van Dordt		2003
Evaluatie Dualisme 1 ^e fase		2003
Sociale Staat van Dordrecht	2001/2002	2003
Feiten, belevingen en trends Papendrecht		2003

MILIEU:

Gebruik toegangssysteem ondergrondse containers		2004
Onderzoek naar achtergronden onkruidbestrijdingsmiddelengebruik door particulieren		2003
Afvalscheiding: medewerking en verbeteringen		2003
Milieumonitor Dordrecht	2001	2002
Ruimte voor de rivier		2003
Belevingswaardeonderzoek oppervlaktewater Ridderkerk		2003

BEVOLKING:

Bevolkingsprognose per wijk gemeente Dordrecht	2000-2015	2000
Huishoudenprognose	1998-2010	1998
Dordt op z'n droogst		jaarlijks
Dordt op z'n droogst digitaal	www.sociaalgeografischbureau.nl	

KLANTTEVREDENHEID:

Klanttevredenheidsonderzoek Wijklijn		2003
Toetsingskader voor kwaliteitsrapportage WOZ		2001
Klanttevredenheidsonderzoek Bureau Schuldhulpverlening Dordrecht		2002
Elektronische Dienstverlening Gemeente Dordrecht		2003
Klanttevredenheidsonderzoek Sociale Dienst Dordrecht	2000	2003
Klanttevredenheidsonderzoek WVG Dordrecht		2003
Klanttevredenheidsonderzoek WVG Zwijndrecht		2003
Klanttevredenheidsonderzoek Brandweer Dordrecht		2003

Bovenstaande lijst bevat een selectie van publicaties van het SGB

INFORMATIE / BESTELLEN:

Telefonisch:	078- 639 64 65
Schriftelijk:	Sociaal Geografisch Bureau Postbus 8 3300 AA DORDRECHT
e-mail	Secretariaat_SGB@dordrecht.nl
website	www.sociaalgeografischbureau.nl
Fax:	078- 639 8080

