

Brugge en Roeselare grootste commerciële aantrekkingspolen

Tanja Termote • sociaaleconomisch beleid WES





Foto: WES

Uit een grootschalig koopstromenonderzoek dat in 2006 is uitgevoerd bij 9.000 gezinnen in de provincie West-Vlaanderen blijkt dat Brugge en Roeselare de grootste commerciële invloedssfeer kennen.

In het kader van het onderzoek naar grensoverschrijdende bezoekersstromen in het Euregio Scheldemondgebied¹ voerde WES in het voorjaar 2006 - februari tot mei - een telefonische enquête uit bij een steekproef van 22.100 gezinnen in Oost-Vlaanderen, West-Vlaanderen en Zeeland. Hierbij werden in elke gemeente minstens 100 gezinnen bevraagd².

Het hoofddoel van de enquête was inzicht te krijgen in het bezoek- en koopgedrag van de Oost-Vlaamse, West-Vlaamse en Zeelandse gezinnen.

De enquête laat toe om per gemeente gedetailleerde cijfergegevens te distilleren met betrekking tot de bezoek- en bestedingsbinding (de mate waarin gezinnen hun activiteiten uitoefenen en hun aankopen verrichten binnen de eigen gemeentegrenzen) en de bezoek- en bestedingsattractie (de mate waarin de gemeente ook door inwoners van andere gemeenten bezocht wordt voor bepaalde activiteiten of voor het aankopen van bepaalde producten). Hierbij werden verschillende activiteiten (sporten, bezoek wekelijkse markt, bezoek bioscoop, bezoek aan café of restaurant, ...) en bestedingscategorieën (aankoop voeding, kledij, elektrische en huishoudelijke apparaten, ...) bevraagd.

In dit artikel worden een aantal resultaten van deze enquête voorgesteld. We beperken ons hier tot de belangrijkste bevindingen met betrekking tot het koopgedrag van de West-Vlaming.

Voor de definiëring van een aantal begrippen, verwijzen we naar de kadertekst.

Begripsomschrijving

- **Koopbinding:** het percentage van de inwoners dat de goederencategorie het meest in de eigen gemeente aankoopt.

Bijvoorbeeld: 88% van de inwoners van 'gemeente A' koopt kledij en schoenen aan in 'gemeente A' zelf, dit wil zeggen dat de koopbinding van 'gemeente A' voor wat betreft kledij en schoenen 88% bedraagt.

- **Koopvlucht:** het percentage van de inwoners dat de goederencategorie het meest in een andere gemeente aankoopt. (= 100% - koopbinding).

Bijvoorbeeld: Van de inwoners van 'gemeente A' koopt 3% kledij en schoenen het meest in 'gemeente B', 2% in 'gemeente C' en 7% elders. Dit wil zeggen dat de koopvlucht in 'gemeente A' voor wat betreft de aankoop van kledij en schoenen 12% bedraagt (= 100% - 88%).

- **Koopattractie:** de mate waarin de inwoners van andere gemeenten het meest een beroep doen op de gemeente voor de aankoop van een bepaalde goederencategorie.

Bijvoorbeeld: 72% van de inwoners van 'gemeente D', 30% van de inwoners van 'gemeente E', 11% van de inwoners van 'gemeente F' en 3% van de inwoners van 'gemeente G' doen het meest een beroep op de 'gemeente A' voor de aankoop van kledij en schoenen. Dit betekent dat gemeente A voor de aankoop van kledij en schoenen een sterke aantrekkingskracht heeft op inwoners van de gemeenten D, E, F en G.

- **Dagelijkse goederen** (convenience goods): goederen voor dagelijks gebruik die in hoge frequentie worden aangekocht. De aankoop gebeurt meestal in de directe omgeving. Voorbeelden zijn brood, vlees, groenten en fruit, algemene voeding.

- **Periodieke goederen** (shopping goods): deze goederen worden minder frequent aangekocht, maar toch met een zekere regelmaat. Men gaat hiervoor 'shoppen' en kijkt, kiest en vergelijkt. Voorbeelden zijn kleding, schoenen, boeken, huishoudartikelen.

- **Uitzonderlijke goederen** (specialty goods): deze goederen worden eerder zelden aangekocht. De aankoop ervan heeft een belangrijke invloed op het gezinsbudget. De consument trekt meestal veel tijd uit voor deze aankoop. De aankoop gebeurt vaak ver van de eigen woonplaats. Voorbeelden zijn meubelen, tapijten, audiovisuele artikelen, juwelen.

Tabel 1

Rangorde van de koopbinding voor dagelijkse, periodieke en uitzonderlijke goederen, WES-enquête 2006 (in %)

Rang-nummer	Gemeente	Koopbinding dagelijkse goederen	Gemeente	Koopbinding periodieke goederen	Gemeente	Koopbinding uitzonderlijke goederen
1	Knokke-Heist	97,3	Brugge	89,7	Brugge	80,1
2	Blankenberge	95,0	Roeselare	88,0	Knokke-Heist	79,1
3	Ieper	95,0	Knokke-Heist	84,7	Roeselare	76,6
4	Torhout	93,5	Ieper	77,8	Veurne	75,2
5	Izegem	91,5	Oostende	76,2	Ieper	73,7
6	Brugge	90,7	Waregem	73,5	Torhout	68,0
7	Avelgem	90,0	Kortrijk	72,4	Kortrijk	66,6
8	Middelkerke	90,0	Poperinge	68,9	Waregem	65,2
9	Roeselare	90,0	Veurne	67,5	Tielt	61,3
10	Zedelgem	90,0	Blankenberge	63,2	Izegem	58,6
...						
55	Houthulst	24,0	Zonnebeke	18,3	Heuvelland	14,2
56	Zonnebeke	19,0	Vleteren	16,7	Damme	13,2
57	Lo-Reninge	17,0	Spiere-Helkijn	13,7	De Haan	11,4
58	Heuvelland	13,0	Damme	13,5	Wielsbeke	10,8
59	Mesen	12,0	Hooglede	13,4	Alveringem	9,8
60	Wielsbeke	10,0	Mesen	12,9	Hooglede	6,7
61	Spiere-Helkijn	6,0	Alveringem	12,1	Zuienkerke	6,2
62	Alveringem	3,0	Wielsbeke	10,1	Bredene	5,5
63	Vleteren	2,1	Heuvelland	8,5	Vleteren	4,2
64	Zuienkerke	2,0	Zuienkerke	2,8	Mesen	3,1

Kaart 1

Het percentage inwoners dat **dagelijkse** goederen (convenience goods) het meest in de eigen gemeente aankoopt, WES-enquête 2006 (in %)

Maximum
Knokke-Heist: 97,3%

Minimum
Zuienkerke: 2%

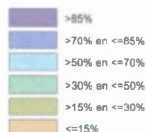


Kaart 2

Het percentage inwoners dat **periodieke** goederen (shopping goods) het meest in de eigen gemeente aankoopt, WES-enquête 2006 (in %)

Maximum
Brugge: 89,7%

Minimum
Zuienkerke: 2,8%

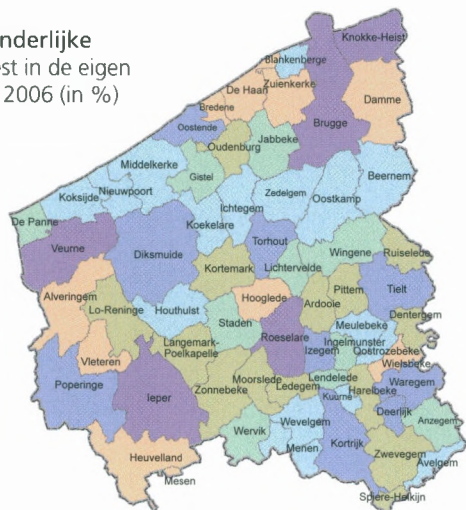
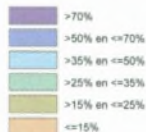


Kaart 3

Het percentage inwoners dat **uitzonderlijke** goederen (specialty goods) het meest in de eigen gemeente aankoopt, WES-enquête 2006 (in %)

Maximum
Brugge: 80,1%

Minimum
Mesen: 3,1%



Koopbinding/koopvlucht

Tabel 1 en kaarten 1 tot en met 3 tonen de mate waarin de West-Vlaamse gezinnen hun goederen in de eigen gemeente aankopen. De vraag die gesteld werd in de enquête was de volgende: *op welke gemeente doet u het meest een beroep voor de aankoop van algemene voeding en dranken, kledij en schoenen, enz.*

23 West-Vlaamse gemeenten hebben een koopbinding van minstens 70% voor wat betreft dagelijkse goederen. Dit betekent dat in deze gemeenten minstens 70% van de gezinnen hun algemene voeding en dranken aankopen in de eigen gemeente. De sterkste koopbinding wordt vastgesteld in Knokke-Heist, Blankenberge en Ieper. Minstens 95% van de gezinnen in deze gemeenten doen hun aankopen van dagelijkse goederen hoofdzakelijk in de eigen gemeente. Kleinere gemeenten zoals Zuienkerke, Vleteren, Alveringem en Spiere-Helkijn hebben een heel zwakke koopbinding voor dagelijkse goederen. De koopvlucht in deze gemeenten bedraagt meer dan 90%, wat betekent dat meer dan 90% van de gezinnen hun dagelijkse goederen hoofdzakelijk buiten de eigen gemeente aankopen.

De koopbinding voor periodieke of shopping goederen ligt globaal beschouwd iets lager in vergelijking met deze voor dagelijkse goederen. De grootste koopbinding voor periodieke goederen wordt vastgesteld in Brugge (89,7%), Roeselare (88%) en Knokke-Heist (84,7%). Ook tussen de 70 en 80% van de gezinnen in Ieper, Oostende, Waregem en Kortrijk kopen het grootste deel van hun shopping goederen in de eigen gemeente. Zuienkerke, Heuvelland en Wielsbeke kennen de zwakste koopbinding voor shopping goederen.

Bekijken we de shopping goederen meer in detail, dan zien we dat Brugge in West-Vlaanderen de grootste koopbinding kent voor kledij en schoenen (87,3%) en benodigdheden voor plant en dier (89,9%). Roeselare kent de grootste koopbinding voor artikelen in de categorie sport en spel (91,9%) en doe-het-zelfartikelen (95,2%). Oostende kent dan weer de grootste koop-

binding voor drogisterij- en parfumatikelen, Veurne voor kantoorbenodigdheden en leper voor huishoudelijke artikelen. Diksmuide kent de grootste koopbinding voor fiets- en autoaccessoires.

Ook voor uitzonderlijke of speciale goederen hebben Brugge (80,1%), Knokke-Heist (79,1%) en Roeselare (76,6%) de grootste koopbinding. Voor meubelen en woninginrichting bijvoorbeeld kent Brugge een koopbinding van 71,3%, wat betekent dat 71,3% van de Bruggelingen hun meubelen en artikelen voor woninginrichting het meest aankopen in Brugge zelf. Voor elektrische en huishoudelijke apparaten kent Knokke-Heist een koopbinding van 91,9% en voor juwelen 89,8%.

Koopattractie

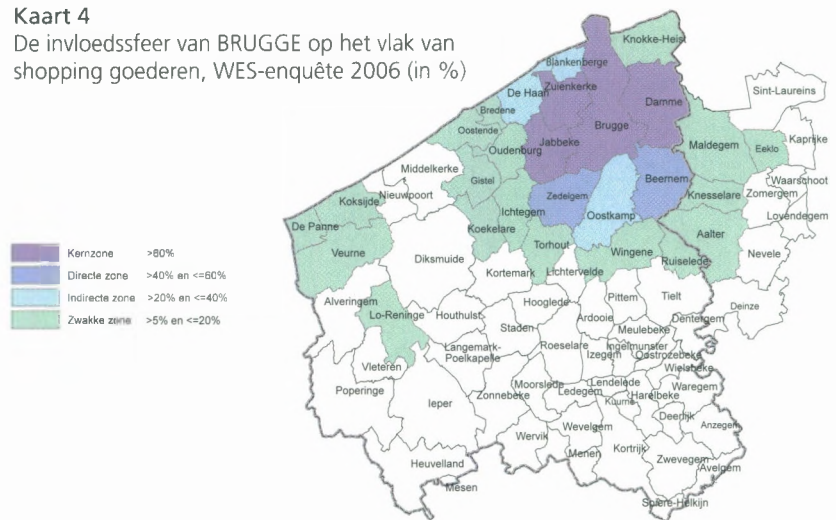
Naast het bepalen van de aantrekkingskracht van het winkelapparaat op de eigen inwoners (= koopbinding), is het voor een gemeente van belang om te weten welke inwoners van buiten de gemeente men aantrekt, en voor welke producten dit is.

De commerciële aantrekkingskracht van een gemeente kan nagegaan worden door te gaan kijken van waar de klanten in de gemeente afkomstig zijn. De mate waarin een gemeente consumenten vanuit andere gemeenten aantrekt, is de koopattractie. Voor de bepaling van de commerciële invloedssfeer van een gemeente, wordt meestal gekeken naar de aantrekkingskracht op het vlak van shopping goederen.

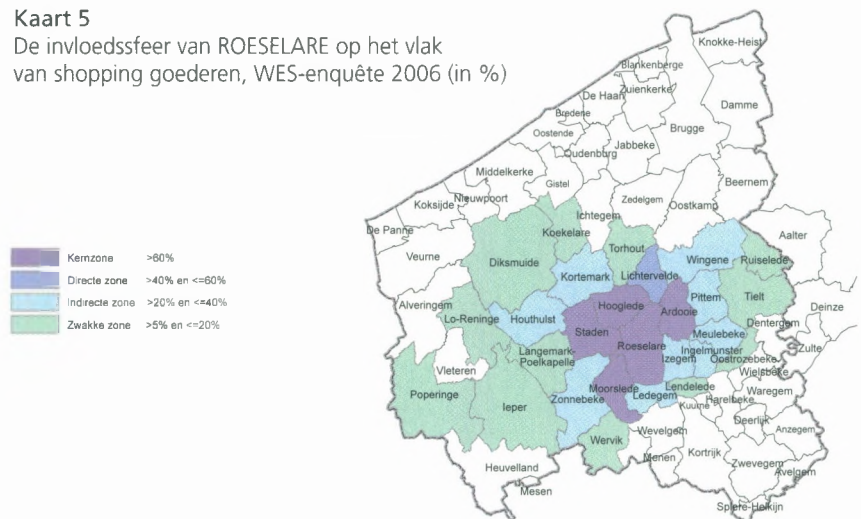
De invloedssfeer van een gemeente X kan hierbij in vier zones ingedeeld worden:

- **kernzone:** de gerichtheid op de gemeente X bedraagt er minstens 60%, dit wil zeggen dat minstens 60% van de inwoners van een gemeente *het meest* een beroep doen op gemeente X voor de aankoop van shopping goederen;
- **directe zone:** gerichtheid tussen 40 en 60%;
- **indirecte zone:** gerichtheid tussen 20 en 40%;
- **zwakke zone:** gerichtheid tussen 5 en 20%.

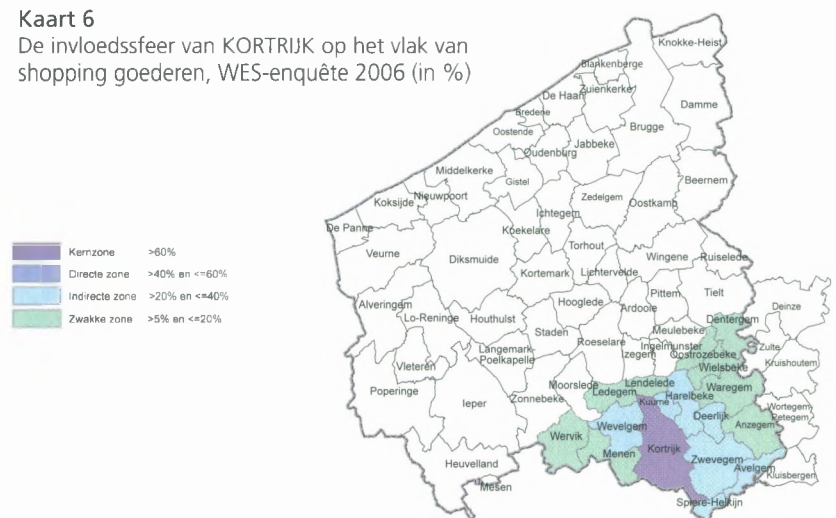
Kaart 4
De invloedssfeer van BRUGGE op het vlak van shopping goederen, WES-enquête 2006 (in %)



Kaart 5
De invloedssfeer van ROESELARE op het vlak van shopping goederen, WES-enquête 2006 (in %)

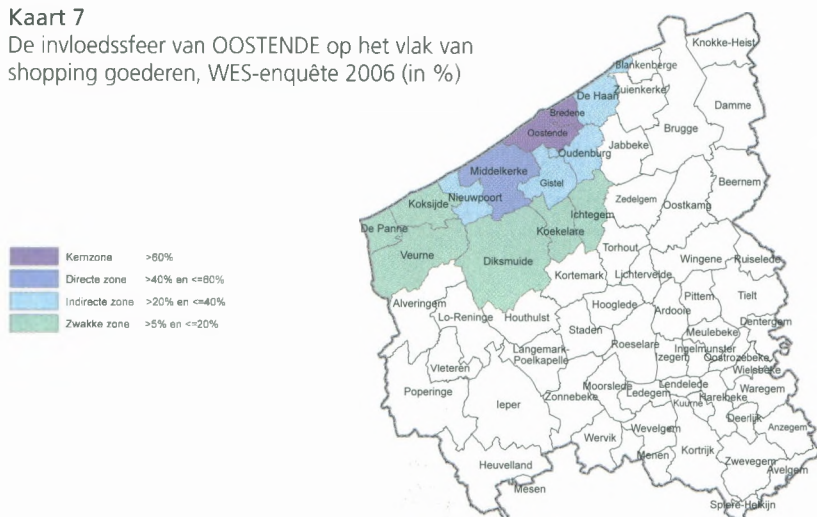


Kaart 6
De invloedssfeer van KORTRIJK op het vlak van shopping goederen, WES-enquête 2006 (in %)



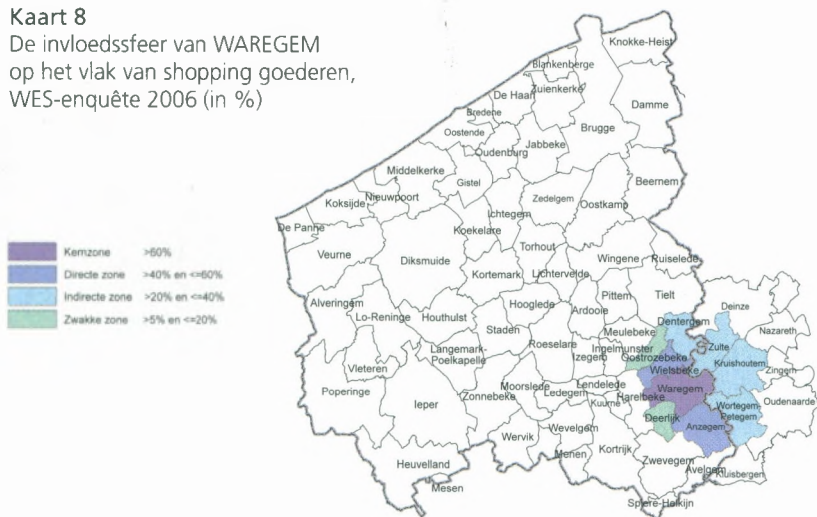
Kaart 7

De invloedssfeer van OOSTENDE op het vlak van shopping goederen, WES-enquête 2006 (in %)



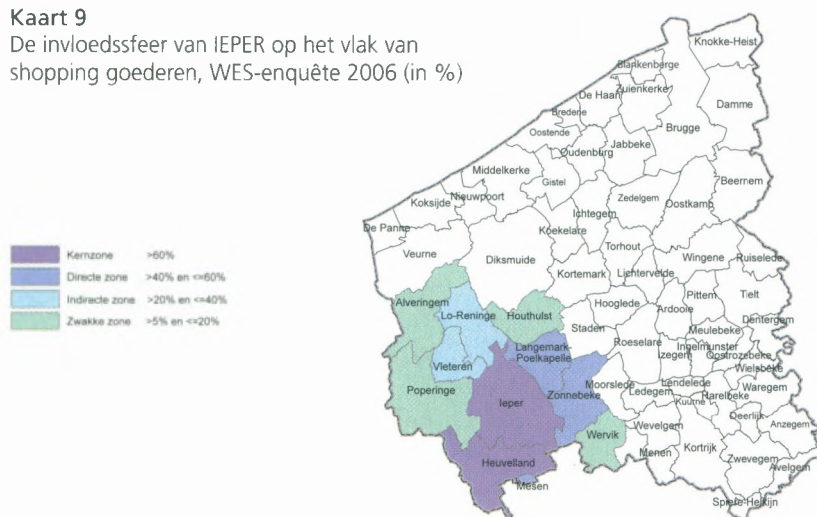
Kaart 8

De invloedssfeer van WAREGEM op het vlak van shopping goederen, WES-enquête 2006 (in %)



Kaart 9

De invloedssfeer van IEPER op het vlak van shopping goederen, WES-enquête 2006 (in %)



In het onderzoek werd voor alle gemeenten de koopattractie nagegaan. Onderstaande kaarten 4 tot en met 9 geven een visuele weergave van de commerciële invloedssfeer van zes belangrijke West-Vlaamse commerciële centra, namelijk Brugge, Roeselare, Oostende, Kortrijk, Waregem en Ieper.

Brugge en Roeselare tellen elk 27 gemeenten die behoren tot hun invloedssfeer. Bij Brugge behoren 18 gemeenten hiervan tot de zwakke zone terwijl Roeselare slechts 12 gemeenten in de zwakke zone telt. De kernzone van Roeselare bestaat uit 5 gemeenten, namelijk Roeselare, Hooglede, Staden, Ardoosie en Moorslede. Lichtervelde behoort tot de directe zone van Roeselare met een gerichtheid van 41,5%.

Brugge heeft vier gemeenten in de kernzone, namelijk Brugge, Zuienkerke, Damme en Jabbeke. Beernem en Zedelgem behoren tot de directe zone, met een aantrekkingskracht van 52,4%, respectievelijk 43,1%.

De uitstraling van Brugge en Roeselare als handelscentrum voor shopping goederen is vrij groot. De gemeenten die behoren tot de invloedssfeer van Brugge tellen gezamenlijk 545.454 inwoners (zie tabel 2). Een derde hiervan, namelijk 182.418 inwoners gaat het meest naar Brugge voor de aankoop van shopping goederen. 57,6% van deze inwoners is woonachtig in Brugge. De andere 42,4%, of in totaal circa 77.300 inwoners, is afkomstig van buiten Brugge.

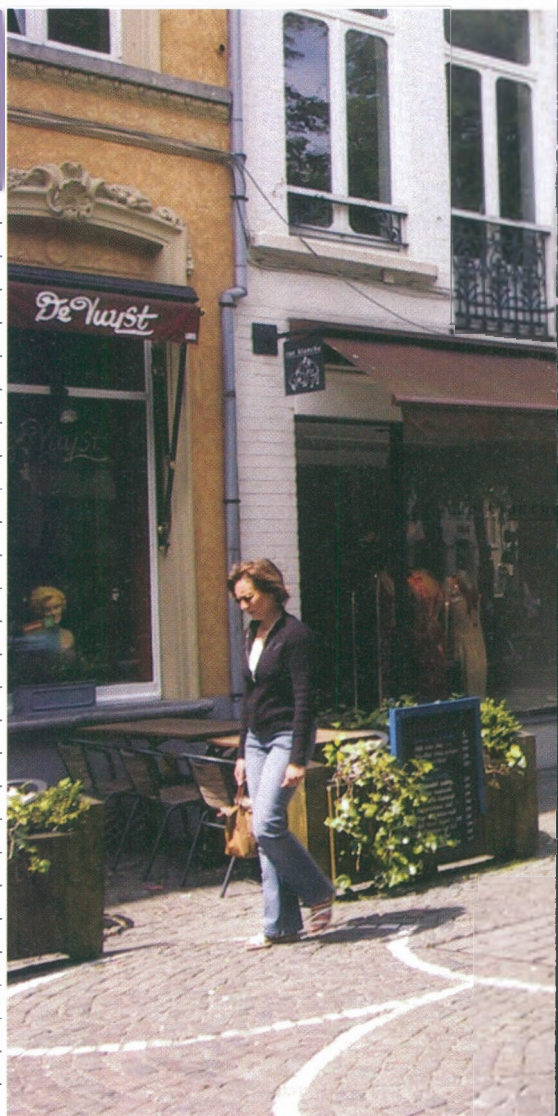
De gemeenten die behoren tot de invloedssfeer van Roeselare tellen gezamenlijk 378.627 inwoners (zie tabel 3). 34,7% hiervan, namelijk 131.220 inwoners, doet het meest een beroep op Roeselare voor de aankoop van shopping goederen. 37,4% van deze inwoners is woonachtig in Roeselare en ongeveer 82.200 personen (of 62,6%) is afkomstig van buiten Roeselare. Roeselare kent dus een kleiner marktgebied (aantal personen dat naar een stad komt winkelen) dan Brugge (131.220 tegenover 182.418) maar kent wel een relatief grotere spreiding van het marktgebied dan Brugge, waar meer dan de helft

Tabel 2

Aantal inwoners per gemeente dat zich wendt tot Brugge voor de aankoop van shopping goederen^(a), WES-enquête 2006.

Woongemeente	Totale bevolking op 1 januari 2006 (FOD Economie)	% gericht op Brugge	Aantal inwoners gericht op Brugge	In % van het marktgebied van Brugge
Brugge	117.224	89,7	105.121	57,6
Zuienkerke	2.776	74,5	2.069	1,1
Damme	10.899	69,7	7.600	4,2
Jabbeke	13.572	60,9	8.263	4,5
Beernem	14.642	52,4	7.667	4,2
Zedelgem	21.835	43,1	9.408	5,2
Oostkamp	21.796	34,0	7.403	4,1
De Haan	11.925	28,5	3.402	1,9
Blankenberge	18.175	27,8	5.058	2,8
Ichtegem	13.423	14,6	1.964	1,1
Knesselare	7.885	14,0	1.107	0,6
Wingene	13.136	13,8	1.811	1,0
Koekelare	8.291	13,2	1.092	0,6
Oudenburg	8.929	11,2	996	0,5
Torhout	19.453	11,0	2.135	1,2
Maldegem	22.289	11,0	2.445	1,3
Knokke-Heist	34.063	10,6	3.602	2,0
Ruiselede	5.113	9,3	474	0,3
Veurne	11.843	8,8	1.038	0,6
Aalter	18.841	6,4	1.204	0,7
Koksijde	21.269	6,3	1.346	0,7
Gistel	11.125	6,2	691	0,4
Oostende	68.931	5,7	3.932	2,2
Lo-Reninge	3.306	5,6	186	0,1
De Panne	10.060	5,6	564	0,3
Eeklo	19.535	5,4	1.061	0,6
Bredene	15.118	5,2	780	0,4
Totaal	545.454	33,4	182.418	100,0

(a) exclusief gemeenten met een gerichtheid kleiner dan 5%



(57,6%) van het marktgebied uit eigen inwoners bestaat. Roeselare heeft zelfs een iets grotere aantrekkingskracht op inwoners van buiten de gemeente dan Brugge (bereik van 77.297 voor Brugge tegenover 82.143 voor Roeselare).

De invloedssfeer van Kortrijk en Oostende is veel beperkter dan van Roeselare en Brugge. Vooral de uitstraling van Kortrijk valt terug door de sterke invloedssfeer van Roeselare. Een heel sterke aantrekkingskracht inzake shopping goederen van Kortrijk wordt enkel waargenomen voor de inwoners van Kortrijk zelf³.

Oostende heeft een dominante invloed op Oostende en Bredene, en ook een directe invloed op Middelkerke.

We zien ook dat er in West-Vlaanderen een aantal niet-centrumsteden zijn die toch een belangrijke aantrekkingskracht hebben. Dit is het geval voor Waregem en Ieper. Tot de invloedssfeer van Waregem behoren 9 gemeenten. Enkel Waregem behoort tot de kernzone, maar 2 gemeenten, namelijk Wielsbeke en Anzegem, behoren tot de directe zone. De indirecte zone wordt gevormd door Zulte, Dentergem, Kruishoutem en Wortegem-Petegem.

Tot de invloedssfeer van Ieper behoren 11 gemeenten. Ieper en Heuvelland vormen de kernzone, met een gerichtheid van meer dan 60%. De directe zone (gerichtheid tussen 40% en 60%) bestaat uit de gemeenten Mesen, Langemark-Poelkapelle en Zonnebeke.

Samengevat

Het koopstromenonderzoek, uitgevoerd in opdracht van Euregio-Scheldemonde, laat toe een grondig inzicht te verwerven in de huidige commercieel-hiërarchische

Tabel 3

Aantal inwoners per gemeente dat zich wendt tot Roeselare voor de aankoop van shop-ping goederen^(a), WES-enquête 2006.



Foto: WES

Woongemeente	Totale bevolking op 1 januari 2006 (FOD Economie)	% gericht op Roeselare	Aantal inwoners gericht op Roeselare	In % van het marktgebied van Roeselare
Roeselare	55.775	88,0	49.077	37,4
Hooglede	9.831	75,9	7.461	5,7
Staden	10.969	68,9	7.553	5,8
Ardoioe	9.147	63,5	5.813	4,4
Moorslede	10.618	60,6	6.438	4,9
Lichtervelde	8.400	41,5	3.483	2,7
Ledegem	9.306	37,2	3.460	2,6
Kortemark	11.976	36,8	4.408	3,4
Houthulst	9.051	36,3	3.285	2,5
Izegem	26.544	33,9	8.992	6,9
Pittem	6.599	31,5	2.078	1,6
Zonnebeke	11.758	29,4	3.460	2,6
Wingene	13.136	22,1	2.899	2,2
Ingelmunster	10.617	21,0	2.232	1,7
Meulebeke	10.980	20,4	2.240	1,7
Langemark-Poelkapelle	7.780	17,9	1.392	1,1
Torhout	19.453	17,8	3.463	2,6
Diksmuide	15.733	17,3	2.723	2,1
Wervik	17.607	16,5	2.902	2,2
Tielt	19.269	12,9	2.479	1,9
Koekelare	8.291	12,0	998	0,8
Lendeledede	5.399	10,2	550	0,4
Oostrozebeke	7.449	6,1	457	0,3
Lo-Reninge	3.306	6,0	198	0,2
Ieper	34.897	5,5	1.926	1,5
Ruiselede	5.113	5,2	268	0,2
Poperinge	19.623	5,0	986	0,8
Totaal	378.627	34,7	131.220	100,0

(a) exclusief gemeenten met een gerichtheid kleiner dan 5%

structuur van steden en gemeenten in de provincies West-Vlaanderen, Oost-Vlaanderen en Zeeland en in het koopgedrag van hun inwoners.

In dit artikel werden een aantal resultaten weergegeven met betrekking tot de koopbinding en koopattractie van de West-Vlaamse gemeenten. We stellen vast dat de steden Brugge en Roeselare de grootste commerciële invloedssfeer kennen. Naast een sterke koopbinding bij de eigen inwoners, hebben deze gemeenten ook een aanzienlijke aantrekkingskracht op inwoners van buiten de gemeente.

We stellen ook vast dat de invloedssfeer van de andere twee West-Vlaamse centrumsteden, namelijk Kortrijk en Oostende, veel beperkter is dan deze van Brugge en Roeselare. ■

► *Wie meer informatie wenst omtrent de resultaten voor één West-Vlaamse gemeente, kan een gemeentelijke fiche opvragen bij de dienst economie van de Provincie West-Vlaanderen (e-mail: annelies.demeyere@west-vlaanderen.be). Meer informatie is ook te bekomen bij WES (e-mail: hans.desmyttere@wes.be).*

¹ Onderzoek in het kader van het Interreg III-A programma "Grensregio Vlaanderen-Nederland", subprogramma Euregio Scheldemond.

² De werkwijze was als volgt:
- in alle gemeenten van Oost- en West-Vlaanderen werden 100 gezinnen bevroegd. Indien een gemeente één of meerdere deelgemeenten heeft die minstens 10.000 inwoners telt, dan werden er van die deelgemeenten ook 100 gezinnen bevroegd. De overige 100 enquêtes werden dan verspreid over de andere deelgemeenten van de gemeente (met minder dan 10.000 inwoners).
- in Zeeland werden per 10.000 inwoners er 100 bevroegd.

³ Sommige respondenten gaven aan hun inkopen te doen in Kuurne, terwijl ze eigenlijk het Ring Shopping Kortrijk-Noord - dat op grondgebied van Kortrijk ligt - bedoelden. Daardoor werden deze cijfers bij Kuurne gevoegd, en is het resultaat van Kortrijk enigszins vertekend.