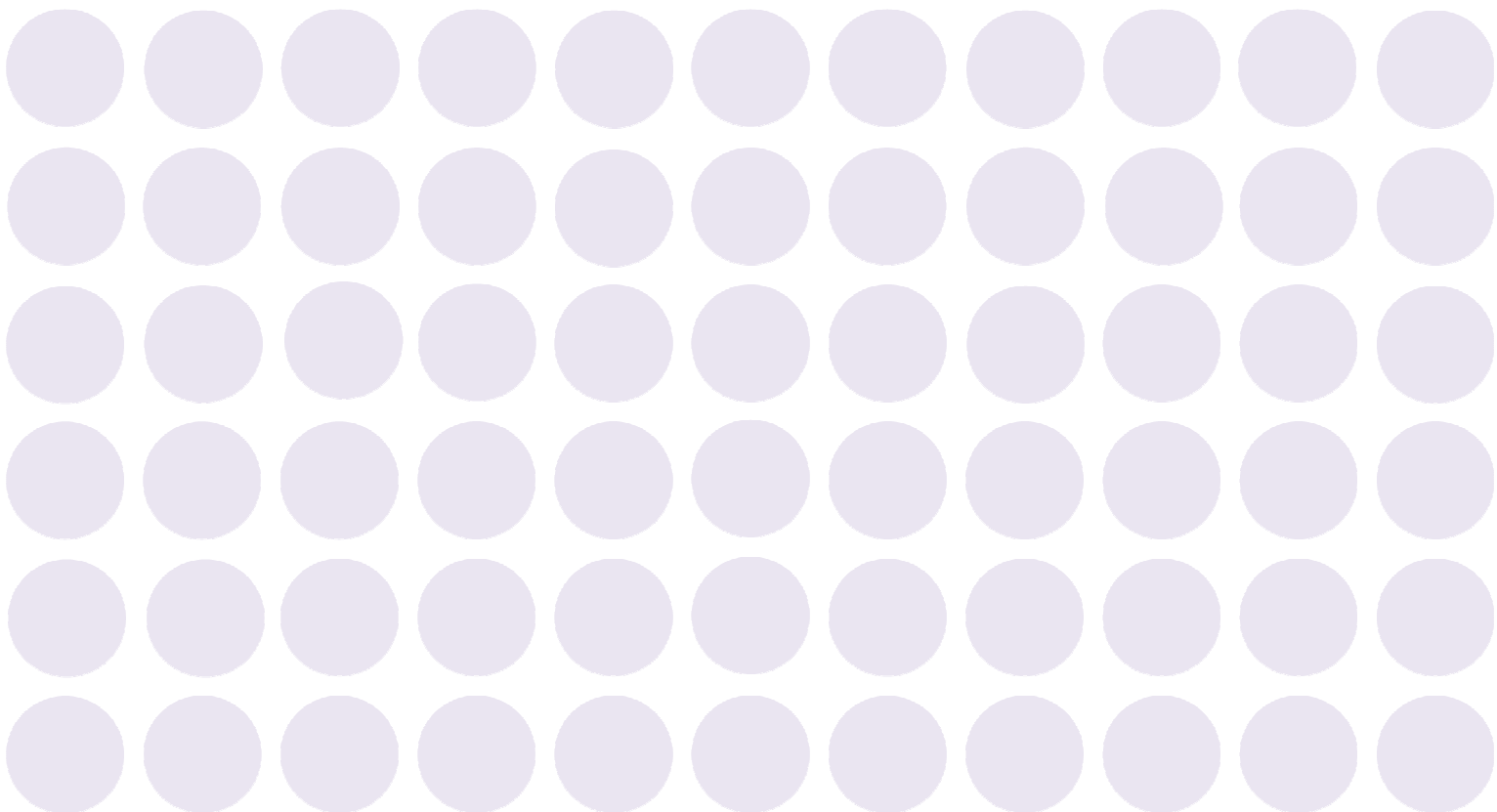


Zondag: (meer) tijd voor winkelen?

Deel 1:
Evaluatie-onderzoek zondagopenstelling supermarkten Enschede

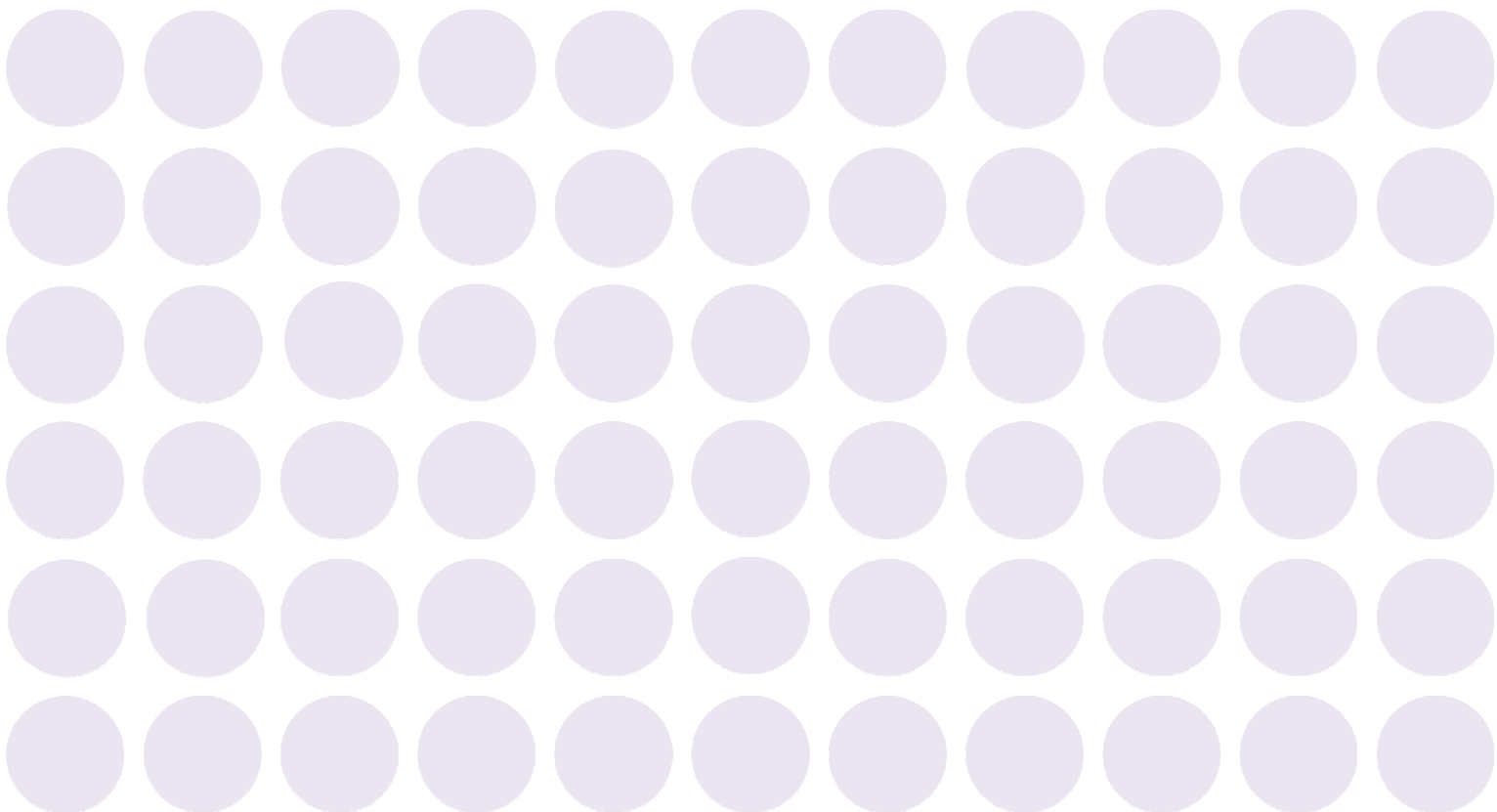
Augustus 2013



Zondag: (meer) tijd voor winkelen?

Deel 1:
Evaluatie-onderzoek zondagopenstelling supermarkten Enschede

Augustus 2013





Colofon

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563, 7500 AN Enschede

Rapportnummer

2013/046

Datum

Augustus 2013

Opdrachtgever

Gemeente Enschede
Programma Economie & Werk
Hengelosestraat 51
7514 AD Enschede

Auteurs

Marjolein Meurs
Ruud Esselink

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever

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



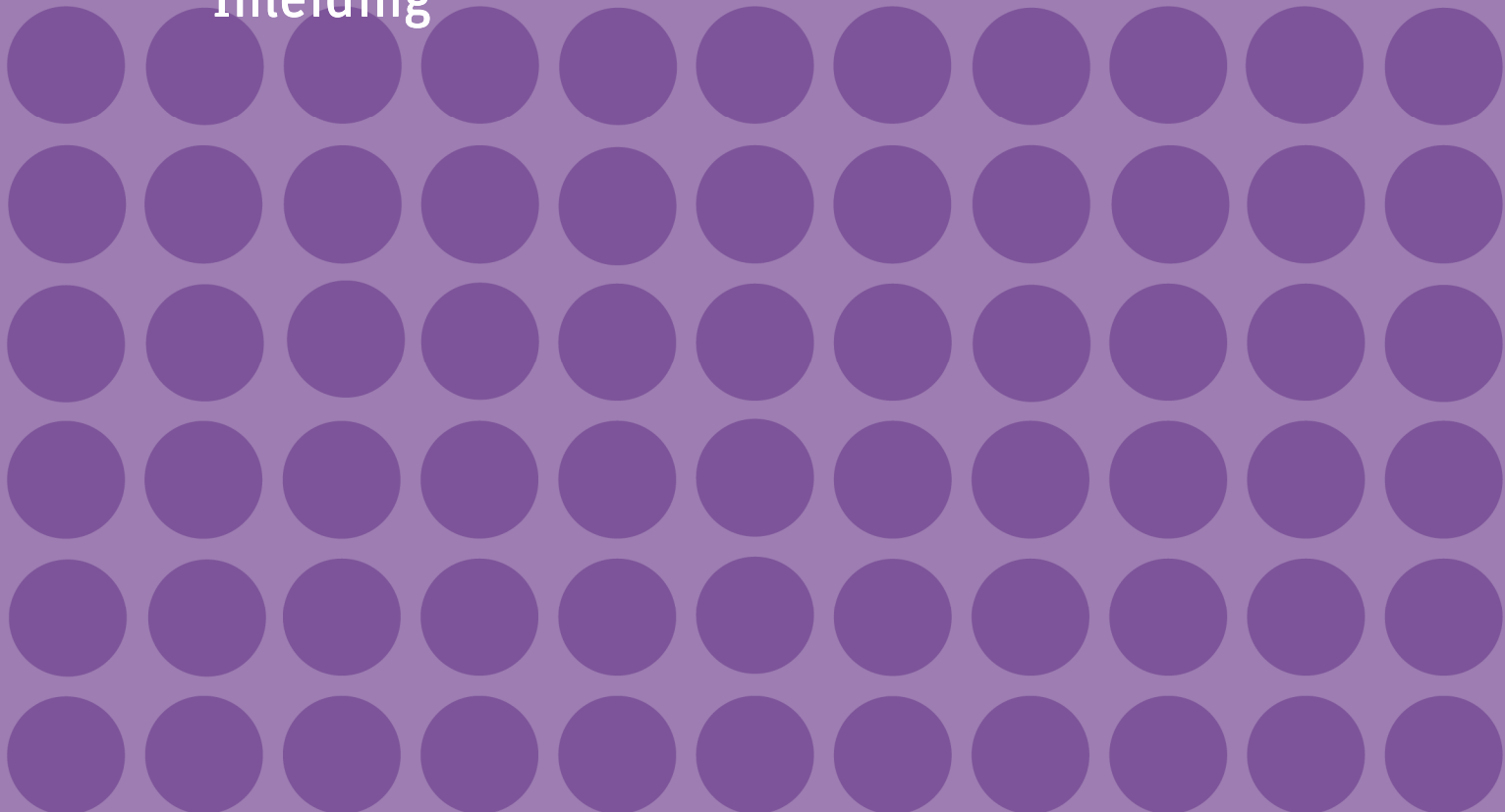
Inhoudsopgave pag.

1. Inleiding	1
1.1 Aanleiding & achtergrond	1
1.2 Doel- en vraagstelling	3
1.3 Aanpak van het onderzoek	4
1.4 Leeswijzer	8
2. Zondag openstelling supermarkten: de consument	10
2.1 Inleiding	10
2.2 Supermarktbezoek op zondag	10
2.3 Voor of tegen?	18
2.4 Conclusie	20
3. Zondagopenstelling supermarkten: de ondernemers	23
3.1 Inleiding	23
3.2 Resultaten webenquête	23
3.3 Resultaten telefonisch onderzoek onder ondernemers	27
3.4 Conclusie	34
4. Beantwoording onderzoeksvragen	37
4.1 Inleiding	37
4.2 Beantwoording onderzoeksvraag zondagopenstelling supermarkten	37
Bijlage 1. Overzicht verleende ontheffingen	40
Bijlage 2. Uitleg burgerschapstijlen	42

1

Hoofdstuk

Inleiding





1. Inleiding

1.1 Aanleiding & achtergrond

Winkeltijdenverordening Enschede 2011

In 2011 is de Winkeltijdenverordening Enschede aangepast, mede op basis van een draagvlakonderzoek onder winkeliers en inwoners van Enschede¹. Besloten is om het toerismeregime (openstelling van winkels op zondag toestaan op grond van / ten behoeve van toerisme) te laten gelden voor alle winkels in levensmiddelen. Op grond van deze verordening kunnen winkels behorende tot dit segment een ontheffing aanvragen voor het openstellen van de winkel op zondag. De ontheffingen worden voor een periode van een jaar verleend.

Het overzicht in tabel 1.1 laat zien welke winkels sinds 2011 een ontheffing met succes hebben aangevraagd. De ontheffing treedt jaarlijks per 1 september in werking. De afgelopen drie jaar is het totale aantal verleende ontheffingen ongeveer gelijk gebleven. Wel is een aantal verschuivingen zichtbaar. Zo zijn in 2012 twee Lidl-vestigingen er bij gekomen, terwijl twee zelfstandige winkeliers geen ontheffing meer hebben aangevraagd. Voor de periode september 2013 tot september 2014 hebben de Coop Supermarkt Ter Wengel en de Emte aan Het Oosterveld geen ontheffing meer, en zijn twee Albert Heijn supermarkten nieuw op de lijst. Het totaal aantal supermarkten dat het komende jaar weer op zondag geopend mag zijn in Enschede blijft daardoor 23.

Tabel 1.1

Overzicht verleende ontheffingen (2011, 2012 en 2013).

	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Jumbo supermarkt, Noorderhagen 75 (centrum)	1	1	1
Slagerij Zitouna, Lipperkerkstraat 20 (centrum)	1	0	0
Lidl, Slijpsteen 11-15 (centrum)	1	1	1
Emte, Kuipersdijk 118 (centrum)	1	1	1
Albert Heijn, H.J. van Heekplein 63 (centrum)	0	1	1
Jumbo Supermarkt, Brouwerijplein 55 (noord)	1	1	1
Albert Heijn, Rijnstraat 20 (noord)	1	1	1
Coop Supermarkt, Rijnstraat 84 (noord)	1	1	1
Emte, Johan Wijnoldstraat 125-127 (noord)	1	1	1
Coop Supermarkt Ter Wengel, Beckumerstraat 13 (west)	1	1	0
Emte, Wethouder Nijhuisstraat 280 (west)	1	1	1
C1000 Theo Janssen, Burg. M. van Veenlaan 100 (west)	1	1	1

¹ I&O Research, Open op zondag: voor of tegen?; Evaluatie zondagopenstelling supermarkten Enschede, i.o.v. gemeente Enschede (maart 2011).

*Vervolg tabel 1.1*

C1000 Lochan, Schoolstraat 60 (oost)	1	1	1
Albert Heijn, Noord Esmarkerrondweg 421 (oost)	1	1	1
Nettorama, Spaansland 15 (oost)	1	1	1
Sam's Toko, Spaansland 15 (oost)	1	1	1
Lidl, Brinkstraat 336 (oost)	1	1	1
Emte, Lage Bothofstraat 161 (oost)	1	1	1
C1000 Kay Beumers, Chrysantstraat 4 (oost)	1	1	1
Vishandel Je Maatje, Wesselernering 36-37 (zuid)	1	0	0
C1000 Wesselerbrink, Wesselernering 21 (zuid)	1	1	1
Emte, Het Oosterveld 10 (zuid)	1	1	0
Albert Heijn, Kevelhamhoek 71/73 (zuid)	1	1	1
Lidl supermarkt, Zonstraat 48 (noord)	0	1	1
Lidl supermarkt, Wesselernering 2B (zuid)	0	1	1
Albert Heijn, Zonstraat 48 (noord)	0	0	1
Albert Heijn, Gronausestraat 1130 (oost)	0	0	1
totaal	22	23	23

Nieuw akkoord, nieuw beleid

In het nieuwe regeerakkoord (september 2012) staat opgenomen dat 'de wettelijke winkelsluiting op zondag wordt opgeheven. Het is aan gemeenten om desgewenst nadere regels te treffen'. Concreet betekent dit dat gemeenten zelf het beleid kunnen bepalen ten aanzien van zondagopenstelling van winkels en ze niet meer aan de motiveringsplicht van de toerismebepaling hoeven te voldoen om winkels op zondag open te laten zijn. Het toerismeregime is dus niet meer van kracht. Gemeenten bepalen het winkeltijdenregime en de bijbehorende beperkingen.

In de huidige winkeltijdenverordening is geregeld dat naast de zondagopenstelling van winkels in levensmiddelen er per gebied maximaal 12 koopzondagen mogen worden vastgesteld. De drie onderscheiden gebieden - binnenstad, Schuttersveld en de rest van de stad - hebben elk een eigen schema van koopzondagen. Extra openstelling op zon- of feestdagen is daarnaast mogelijk op basis van een evenement, tentoonstelling, beurs, feestelijkheid. Avondwinkels mogen ook op de zondagmiddag open vanaf 16.00 uur.

'Vaste koopzondag nu al ingevoerd'

Veel gemeenten lopen alvast vooruit op de nieuwe wetgeving over koopzondagen. Uit een inventarisatie van het AD blijkt dat er al 75 gemeenten zijn die dit jaar winkeliers de gelegenheid geven om iedere zondag open te gaan.

De Eerste Kamer moet zich nog buigen over de wetwijziging. Tot die tijd zijn de regels strenger. Winkels mogen alleen op zondag open in een gebied dat duidelijk als toeristisch kan worden aangemerkt. Dat hoeft straks niet meer, als de wet erdoor komt.

Bron: AD, 16 februari 2013.



Ter voorbereiding en anticipatie op de wetwijziging en de toekomstige aanpassing van de gemeentelijke winkeltijdenverordening wenst de gemeente Enschede, naast inzicht in de effecten van de zondagopenstelling van winkels in levensmiddelen, ook het draagvlak voor de koopzondag breed in beeld te krijgen.

I&O Research heeft voor de gemeente Enschede een onderzoek uitgevoerd dat enerzijds inzicht biedt in het draagvlak voor en behoefte aan koopzondagen in Enschede en anderzijds de ervaringen en effecten van de zondagopenstelling van supermarkten in Enschede sinds 2011 laat zien.

1.2 Doel- en vraagstelling

De **doelstelling** van het onderzoek is dat de gemeente Enschede inzicht krijgt in het draagvlak voor koopzondagen in Enschede en de raad hierover kan informeren.

De gemeente wil daarbij onderscheid maken naar:

1. doelgroep: inwoners, ondernemers (eigenaar of filiaalmanager), winkelpersoneel en bezoekers;
2. type winkelgebied: binnenstad, Schuttersveld en overig Enschede.

Binnen de verschillende doelgroepen zijn diverse opsplitsingen van belang:

- inwoners: inwoners van het Centrum en van overig Enschede;
- bezoekers: bezoekers uit overig Nederland en bezoekers uit Duitsland;
- ondernemers: winkels, daghoreca en markt (zaterdagmarkt);
- ondernemers en winkelpersoneel: verschillende hoofdbranches (bv. food - non food);
- ondernemers en winkelpersoneel: zelfstandige winkels en winkelketens.

De **vraagstelling** van het onderzoek luidt als volgt:

“Wat is het draagvlak voor en de behoefte aan zondagopenstelling van winkels in de gemeente Enschede onder de te onderscheiden doelgroepen en naar de te onderscheiden typen aankooplocaties?”

De volgende deelvragen hanteren wij:

1. Wat zijn de effecten van de zondagopenstelling van supermarkten?
 - Wat zijn de ervaringen van winkels die op zondag open zijn?
 - Wat zijn ervaringen van andere winkeliers en horecaondernemers?
 - En in welke mate maken inwoners van Enschede gebruik van de zondagopenstelling van supermarkten?
2. In welke mate zijn Enschedeërs georiënteerd op de koopzondag?
3. Wat is de mening van inwoners, ondernemers en werknemers ten aanzien van zondagopenstelling van winkels in Enschede?
4. Acht men uitbreiding of vermindering wenselijk in de te onderscheiden winkelgebieden in gemeente Enschede en onder welke voorwaarden?



1.3 Aanpak van het onderzoek

I&O Research heeft de verschillende doelgroepen benaderd met compacte vragenlijsten over het draagvlak voor en gebruik van de koopzondag en de op zondag geopende supermarkten. Een kort overzicht van de ingezette onderzoeksinstrumenten.

Peiling onder inwoners

Om te meten wat de invloed is van de zondagopenstelling van supermarkten op het koopgedrag van inwoners van Enschede en wat de voorkeuren en ervaringen ten aanzien van de koopzondag zijn, is gebruik gemaakt van het EnschedePanel. In dit panelbestand zijn zo'n 7.000 inwoners van Enschede vertegenwoordigd. De respons op de in 2011 uitgevoerde peiling over zondagopenstelling bedroeg 40 procent (2.618 respondenten verdeeld over Enschede). De totale respons in 2013 is 2.554 respondenten. De respons is dus vergelijkbaar qua omvang. Net als in 2011 is de respons herwogen naar inwonertal per buurt, zodat deze betrouwbaar is voor de Enschedese bevolking.

In overleg met de Werkgroep Koopzondagen is een vragenlijst opgesteld. Deze vragenlijst is langer dan de in 2011 uitgezette enquête, omdat het onderzoek zich nu niet beperkt tot de openstelling van supermarkten maar ook over de koopzondag gaat. Om een zuivere effectmeting te kunnen doen ten aanzien van de zondagopenstelling van supermarkten, zijn de vragen over de zondagopenstelling van supermarkten op dezelfde wijze gesteld als in 2011. Aanvullend zijn ook vragen voorgelegd over huidig winkelgedrag ten aanzien van koopzondag, oordeel en belang van koopzondag, voorkeur ten aanzien van frequentie (plus motivering), leefbaarheid rondom koopzondag en het belang dat wordt gehecht aan de zondagsrust.

Peiling potentiële bezoekers Twente & Duitse grensregio

Voor een volledig inzicht vanuit consumentenperspectief is het ook waardevol (potentiële) bezoekers te vragen naar hun mening over de koopzondag en de zondagopenstelling van supermarkten. Er is daarom aanvullend onderzoek gedaan onder inwoners van het Duitse grensgebied en de regio Twente (exclusief Enschede). In totaal zijn 202 webenquêtes afgenomen onder Duitsers, woonachtig in de aangrenzende regio en 302 webenquêtes onder inwoners van de regio Twente. Dit onderdeel van het onderzoek laat zien in welke mate inwoners van omliggende gemeenten georiënteerd zijn op Enschede voor wat betreft winkelen en/of boodschappen doen op zondag en wat hun voorkeuren en wensen zijn ten aanzien van de zondagopenstelling van winkels.

Peiling onder detailhandelondernemers (inclusief markt)

Naast het perspectief van de klant is natuurlijk ook de mening van de winkeliers van groot belang bij de te maken beleidskeuzes omtrent de zondagopenstelling van winkels. Daarom zijn alle detailhandelsbedrijven (met een winkelfunctie) uitgenodigd voor deelname aan het onderzoek. De winkeliers zijn per brief uitgenodigd een online enquête in te vullen waarin ze hun mening en voorkeuren konden aangeven. Van de 998 aangeschreven ondernemers hebben er 238 de vragenlijst ingevuld, wat neerkomt op 24 procent. Gemiddeld wordt bij online enquêtering van ondernemers zo'n 20 procent respons gehaald. Er is dus sprake geweest van een goede medewerking aan het onderzoek.



De betrouwbaarheidsmarge ligt tussen 5 en 6 procent, wat een acceptabele marge is (dit betekent dat over bepaalde uitkomst met 95 procent zekerheid kan worden gezegd dat de foutenmarge + of – 5 procent is; dus de ‘ werkelijkheid is maximaal 5 procent hoger of lager). De representativiteit (dus de samenstelling van de respons) is ook goed. De verdeling naar branches is exact overeenkomstig met de steekproefsamenstelling. Kijken we naar de verdeling van de respons naar gebied dan zien we een lichte oververtegenwoordiging van het kernwinkelapparaat. Winkeliers gevestigd in het kernwinkelgebied hebben verhoudingsgewijs dus iets sterker deelgenomen aan het onderzoek.

Tabel 1.2

Verdeling respons en steekproef, aantal kenmerken.

Kenmerk	respons	steekproef
Gebieden		
Kernwinkelapparaat	40%	31%
Wijk/buurt winkelcentra	20%	18%
Overig	40%	51%
Branches		
Supermarkten, warenhuizen en dergelijke winkels	7%	7%
Gespecialiseerde winkels in voedings- en genotmiddelen	14%	14%
Winkels in consumentenelektronica	5%	5%
Winkels in overige huishoudelijke artikelen	16%	15%
Winkels in lectuur, sport-, kampeer- en recreatie-artikelen	10%	9%
Winkels in overige artikelen	49%	51%
Grootteklasse		
Geen werkzame personen	3%	5%
1 werkzame persoon	21%	28%
2 t/m 4 werkzame personen	43%	41%
5 t/m 9 werkzame personen	22%	16%
10 t/m 19 werkzame personen	4%	6%
20 t/m 49 werkzame personen	6%	3%
50 t/m 99 werkzame personen	2%	1%

Ook voor marktondernemers kan zondagopenstelling van winkels consequenties hebben. Daarom hebben we naast de winkeliers ook een korte vragenlijst verspreid onder de ondernemers die een plek innemen op de zaterdagmarkt. In totaal hebben 19 marktondernemers de vragenlijst ingevuld.

Winkelpersoneel

Veranderingen in de winkeltijden hebben veel gevolgen voor het winkelpersoneel. Bij draagvlakbepaling en het aanpassen van de winkeltijdenverordening is het meewegen van de belangen van winkelpersoneel in de beslissing om het aantal koopzondagen wel of niet uit te breiden, aan te bevelen.



Om het draagvlak voor koopzondagen bij winkelpersoneel te kunnen bepalen, zijn onder 665 winkeliers die personeel in dienst hebben kaartjes verspreid. Op deze kaartjes stonden inlogcodes waarmee medewerkers toegang kregen tot de online vragenlijst (elke code is uniek en eenmalig bruikbaar). In de aan deze winkeliers gerichte uitnodigingsbrief is hen verzocht de kaartjes te verspreiden onder medewerkers. Belangrijk voordeel van deze aanpak is dat personeelsleden de vragenlijst in hun eigen tijd online konden invullen. Daarnaast zorgt deze aanpak ervoor dat niet te veel inbreuk wordt gemaakt op hun werktijd en privacy wordt gewaarborgd. De respons op de enquête onder winkelpersoneel bedraagt 301. Uitgaande van zo'n 6.000 personeelsleden (winkeliers niet meetellende) komen we ongeveer uit op een respons van 5 procent van het totale personeelsbestand. De betrouwbaarheidsmarge ligt, net als bij de winkeliersenquête, tussen 5-6 procent, wat een acceptabele marge is. De respons is hiermee voldoende groot om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over de mening van de werknemers ten aanzien van de koopzondag in Enschede.

Tabel 1.3

Verdeling respons enquête winkelpersoneel, aantal kenmerken.

Kenmerk	respons
Gebieden	
Binnenstad van Enschede	60%
Wijk/buurt winkelcentra	15%
Overig	25%
Branches	
Supermarkt, levensmiddelen	14%
Modewinkel (kleding, schoenen, etc.)	19%
Warenhuis	12%
Elektronica	10%
Woonwinkel / meubelzaak	4%
Winkel in bloemen en planten / tuincentrum	16%
Bouwmarkt	4%
Anders	21%
Winkeltype	
Zelfstandige winkel, enige vestiging	28%
Winkel met meerdere vestigingen (ketenbedrijf)	51%
Winkel met meerdere vestigingen (franchise)	21%
Grootteklasse	
Alleen de eigenaar en ik	2%
t/m 5 collega's	19%
t/m 10 collega's	15%
t/m 25 collega's	11%
t/m 50 collega's	13
t/m 100 collega's	39%
Weet niet	2%



Kijken we naar de samenstelling van de respons dan geldt dat winkelpersoneel werkzaam bij winkels gevestigd in de binnenstad verhoudingsgewijs sterk vertegenwoordigd zijn in de respons. Mogelijk speelt hierbij mee dat dit onderwerp 'dichterbij' staat en ze hier al meer mee te maken hebben. Qua brancheverdeling is er wel sprake van een grote diversiteit. Er is geen branche die zwaar dominant is in de respons. Dit duidt op een goede spreiding qua type winkels waarvan personeelsleden de moeite hebben genomen de online vragenlijst in te vullen. De verdeling naar grootteklasse laat dit ook zien, al is de grootteklasse met minimaal 100 werknemers wel wat sterker vertegenwoordigd. Kijken we naar winkeltype dan is het grootste deel van de respondenten werkzaam in winkelonderneming met meerdere vestigingen (al dan niet filiaal- of franchisevestiging). Waar van waarde kijken we in de analyse of het oordeel van subgroepen van elkaar afwijkt.

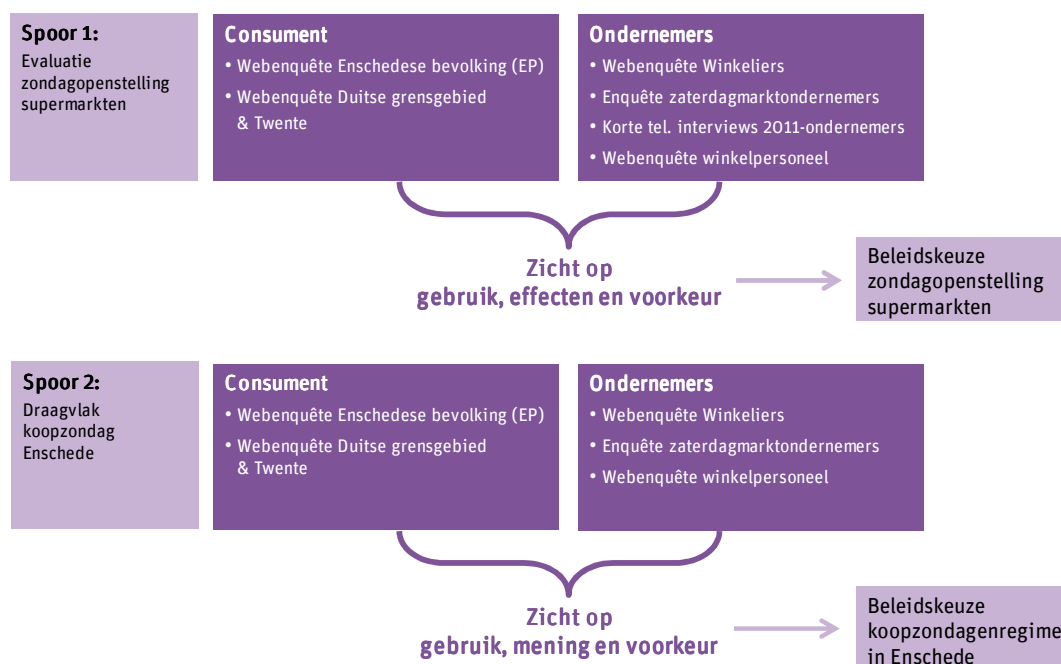
Interviews met ondernemers 2011

In 2011 zijn korte telefonische interviews gehouden met zowel supermarktondernemers als ook zelfstandige winkeliers en tevens een aantal horecaondernemers. Daar waar de brede peiling vooral bedoeld is een breed beeld te verkrijgen van het draagvlak voor zondagopenstelling van supermarkten als ook voor de koopzondag, kan met een aantal aanvullende telefonische interviews een meer kwalitatieve effectbepaling worden uitgevoerd. Daarom zijn de ondernemers die in 2011 hebben deelgenomen aan het onderzoek nogmaals benaderd en is hen nogmaals gevraagd naar de ervaringen met de zondagopenstelling van supermarkten. Is de houding en mening hetzelfde of juist veranderd, is het mee- of tegengevallen, hebben de ondernemers effect gemerkt? Wat zijn wensen voor de toekomst? In 2011 hebben 34 supermarktondernemers en 57 zelfstandige ondernemers meegewerkt aan een telefonische interview. Van deze groep hebben er in 2013 weer 25 supermarktondernemers en 37 zelfstandige detailhandels- en horecaondernemers deelgenomen.

Rapportage: twee onderdelen

Het onderzoek bevat dus duidelijk twee onderdelen, namelijk een evaluatieonderzoek voor de zondagopenstelling van supermarkten en een draagvlakonderzoek voor de koopzondag in Enschede. In de verschillende onderzoeksinstrumenten zijn beide onderdelen aan bod gekomen.

In het schema op de volgende pagina worden de verschillende onderdelen van het onderzoek nogmaals schematisch weergegeven en gekoppeld aan de onderdelen (sporen) en perspectieven (consument & ondernemer) van het onderzoek.



Hoewel beide onderdelen onderling natuurlijk verweven zijn en diverse aspecten met elkaar samenhangen en aansluiten zijn beide onderdelen afzonderlijk gerapporteerd. Onder de integrale titel **Zondag: (meer) tijd voor winkelen?** zijn twee deelrapportages opgesteld:

- Deel 1: Evaluatie-onderzoek zondagopenstelling supermarkten Enschede
- Deel 2: Draagvlakonderzoek koopzondag Enschede

Dit rapport beschrijft de uitkomsten van het evaluatie-onderzoek zondagopenstelling supermarkten Enschede.

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 komt de mening van de consument aan bod: wat vinden Enschedeërs maar ook inwoners van het overige deel van Twente en de Duitse grensregio van de zondagopenstelling van supermarkten? Hoofdstuk 3 behandelt dit thema vervolgens vanuit het perspectief van de ondernemer. In hoofdstuk 4 volgen de antwoorden op de onderzoeksvragen, in dit deel specifiek betrekking hebbende op de zondagopenstelling van Enschedese supermarkten.

2

Hoofdstuk

De consument



2. Zondag openstelling supermarkten: de consument

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de oriëntatie op, gebruik van en het oordeel over de zondagopenstelling van supermarkten in Enschede centraal. Belangrijk is daarbij de vergelijking ten opzichte van 2011. Gaan Enschedeërs ten opzichte van twee jaar geleden vaker of minder vaak op zondag naar de supermarkt? En is het oordeel over het op zondag geopend zijn van supermarkten veranderd?

Naast de inwoners van Enschede komen ook inwoners van het overige deel van Twente (dus exclusief Enschede) en inwoners van het Duitse grensgebied aan het woord. Anders dan in 2011 hebben we ook hen een aantal vragen gesteld over de zondagopenstelling van supermarkten in Enschede. Deze uitkomsten staan in paarse kaders weergegeven.

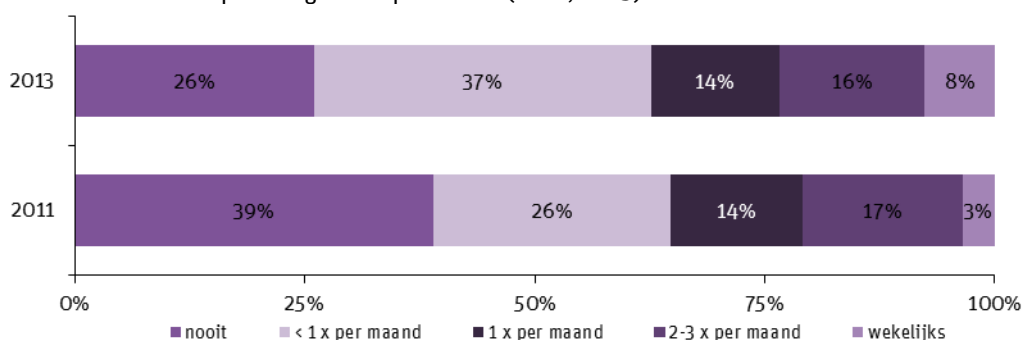
2.2 Supermarktbezoek op zondag

Bezoekfrequentie supermarkt op zondag is toegenomen

Aan de inwoners van Enschede is als eerste gevraagd hoe vaak zij op zondag een supermarkt bezoeken. In 2013 gaat driekwart wel eens op zondag naar de supermarkt. De meesten van hen gaan minder dan eens per maand (37 procent), 8 procent bezoekt elke zondag een supermarkt. Ten opzichte van 2011 is de bezoekfrequentie van supermarkten op zondag duidelijk toegenomen. Twee jaar geleden ging 39 procent nooit op zondag, nu is dat 26 procent. Vooral het aandeel Enschedeërs dat minder dan een keer per maand naar de supermarkt gaat op zondag is toegenomen. Maar ook het percentage wekelijkse bezoekers is toegenomen met 5 procentpunten.

Figuur 2.1

Hoe vaak bezoekt u op zondag een supermarkt? (2011, 2013)



Van de potentiële bezoekers uit de regio Twente geeft 20 procent aan wel eens op zondag een supermarkt in Enschede te bezoeken. Van de Duitsers uit de grensregio gaat 37 procent wel eens op zondag naar de supermarkt in Enschede. Inwoners van buiten Enschede die weleens op zondag naar de supermarkt gaan, doen dit in de meeste gevallen 1 tot maximaal 3 keer per jaar (Duitsland 25 procent, Twente 13 procent 1, 2 of 3 keer).



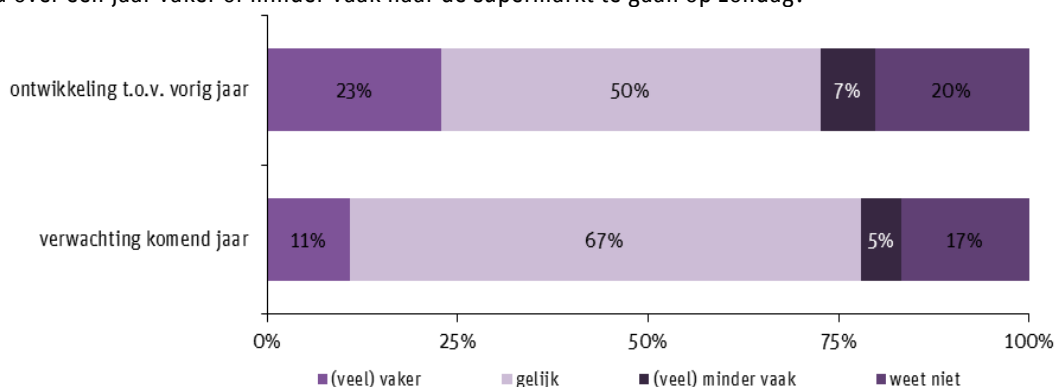
Beleving Enschedeërs: vaker op zondag boodschappen doen

Inwoners van Enschede hebben ook aangegeven of zij ten opzichte van vorig jaar vaker dan wel juist minder vaak een supermarkt bezoeken op zondag. De resultaten sluiten aan bij de gesignaleerde groei in de bezoekfrequentie (figuur 2.1). Zo geeft bijna een kwart van de Enschedeërs aan vaker een bezoek te brengen aan een supermarkt op zondag. Slechts 7 procent bezoekt minder vaak een supermarkt op zondag dan in 2012.

Gevraagd naar de verwachte bezoekfrequentie voor het komende jaar zijn de meeste Enschedeërs van mening dat er niet veel zal veranderen. Twee derde geeft aan in het komende jaar even vaak een supermarkt te bezoeken op zondag als in 2012. Eén op de tien inwoners van Enschede denkt dat hij/zij in 2012 vaker op zondag naar de supermarkt zal gaan. Dit aandeel is wel groter dan het deel dat juist denkt minder vaak te gaan.

Figuur 2.2

Gaat u in vergelijking met vorig jaar vaker of minder vaak op zondag naar de supermarkt? En verwacht u over één jaar vaker of minder vaak naar de supermarkt te gaan op zondag?



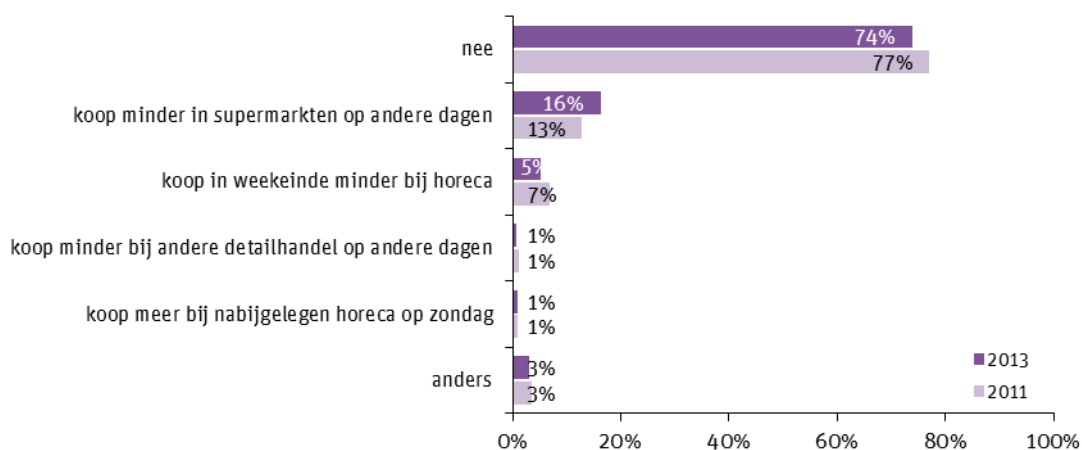
Supermarktbezoek op zondag leidt bij 1 op 6 Enschedeërs tot ander winkelgedrag

Op de vraag of de zondagopenstelling van supermarkten (ook) het andere koopgedrag heeft beïnvloedt, geeft bijna driekwart 'nee' als antwoord. Dit aandeel is iets lager dan in 2011, toen 77 procent vond dat de zondagopenstelling niet van invloed was op het verdere koopgedrag. Inwoners bij wie sprake is van een verandering, kopen vooral minder in supermarkten op andere dagen (16 procent). Dit percentage is iets toegenomen ten opzichte van 2011. Een klein aandeel van 5 procent van de inwoners die weleens een supermarkt bezoeken op zondag doet minder vaak aankopen bij afhaalhoreca, zoals een (afhaal)restaurant, pizzeria of snackbar.



Figuur 2.3

Is uw winkelgedrag door de zondagopenstelling van supermarkten veranderd? (2011, 2013)



Wanneer we uitgaan van de totale groep respondenten (dus inclusief de Enschedeërs die niet op zondag naar de supermarkt gaan) is er bij 78 procent van de Enschedeërs sprake van onveranderd koopgedrag bij openstelling van de supermarkten op zondag. In 2011 bedroeg dit aandeel 85 procent.

Bezoekredenen vooral product gerelateerd

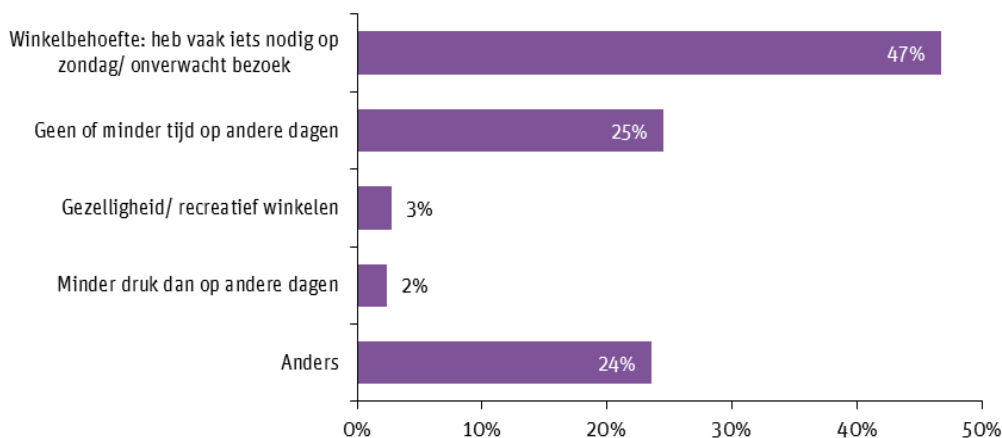
De belangrijkste reden die inwoners van Enschede hebben om op zondag naar de supermarkt te gaan, is vooral de winkelbehoefte: men blijkt op zondag vaak wat nodig te hebben of onverwacht bezoek te ontvangen waarvoor even naar de supermarkt wordt gegaan. Veel antwoorden die worden gegeven als toelichting op de categorie 'anders' (24 procent) zijn ook gerelateerd aan een onverwachte vraag naar producten uit de supermarkt: *"Vergeten noodzakelijke boodschappen op tijd te halen"*. Een andere belangrijke reden om op zondag naar de supermarkt gaat, is omdat men op andere dagen geen of minder tijd heeft voor een bezoek aan de supermarkt (25 procent).

In 2011 hebben inwoners ook aangegeven waarom zij op zondag de supermarkt bezoeken, maar dan in de vorm van een open vraag. Vergeten producten en onverwachts bezoeken bleken ook in 2011 belangrijke redenen te zijn om op zondag naar de supermarkt te gaan. Naast het kopen van vergeten artikelen worden in 2011 tijd (op zondag heeft men tijd om boodschappen te doen), gemak (het is voor sommige inwoners makkelijk om 'even' naar de supermarkt te gaan, bijvoorbeeld omdat men dichtbij een supermarkt woont) en het feit dat het op zondag rustiger is in de supermarkt vaak genoemd.



Figuur 2.4

Wat is de belangrijkste reden dat u (weleens) op zondag naar de supermarkt gaat? (2013)



Duitse bezoekers geven gezelligheid en/of recreatief winkelen als belangrijkste reden om een bezoek te brengen aan een supermarkt in Enschede. Inwoners van Twente noemen, net als Enschedeërs, dat zij op zondag vaak wat nodig hebben of onverwacht bezoek krijgen waardoor zij op zondag naar de supermarkt gaan. Voor Duitse bezoekers lijkt het vooral een aanvullend bezoek te zijn (met name in combinatie met binnenstadsbezoek), terwijl het voor Twentenaren ook meer een ‘functioneel’ motief is.

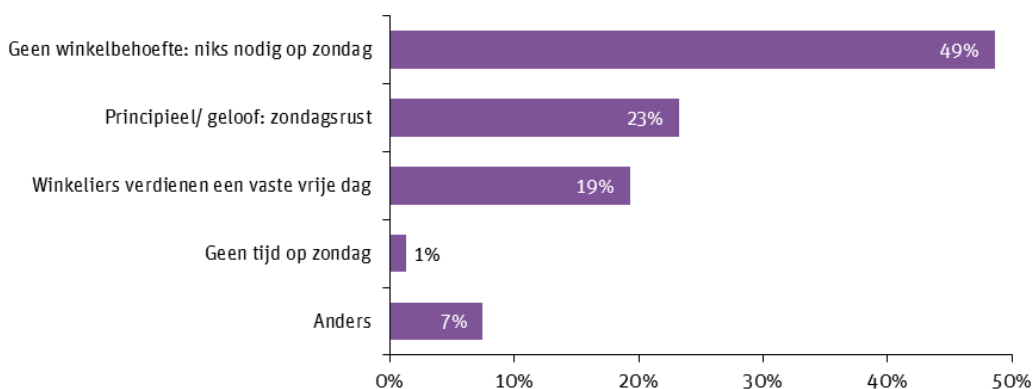
Er zijn natuurlijk ook inwoners die nooit op zondag naar de supermarkt gaan. Aan hen is gevraagd wat hiervoor de reden is. Meest genoemd (49 procent) is dat men op zondag specifiek niets nodig heeft. Dit geldt voor bijna de helft. Circa een kwart (23 procent) van de inwoners die nooit zondags naar de supermarkt gaan, doet dit vanuit principe of geloofsovertuiging: zondag is rustdag. In de categorie ‘anders, namelijk’ geven inwoners onder andere de toelichting dat zij het niet nodig vinden op zondag: *“ik kan doordeweeks ook boodschappen doen”*. Ook in de toelichtingen wordt het aspect zondagsrust nog een aantal keer genoemd, ook in de zin dat mensen op zondag geen zin hebben om boodschappen te doen: *“ik wil de zondag als een vrije dag houden”*.

In 2011 is de zondagsrust (het behoud hiervan, het gevoel dat het de enige echt vrije dag in de week is en ‘om principiële redenen’) de voornaamste reden voor het overgrote deel van de niet-bezoekers om geen supermarkt te bezoeken. Andere redenen zijn dat men de boodschappen op een andere dag of dagen doet (tijd genoeg hiervoor), dat er op zondag andere dingen worden gedaan en dat men een zondag openstelling simpelweg niet nodig vindt. Ten opzichte van 2011 lijkt in 2013 het meer praktische argument (‘heb niets nodig’) meer aangedragen te zijn.



Figuur 2.5

Wat is de belangrijkste reden dat u nooit op zondag naar de supermarkt gaat?



Duitse en Twentse respondenten geven ook vooral 'geen behoefte' op als voornaamste reden voor niet-bezoek van Enschedese supermarkten op zondag. Daar waar bij Twentenaren de zondagsrust ook nog vrij vaak genoemd wordt, is dat door de Duitse respondenten minder aangedragen. Zij noemen juist vaker 'afstand' als belangrijkste reden (met daarbij in aantal gevallen ook wel als toelichting dat bij hen ook wel kleinere levensmiddelenwinkels op zondag geopend zijn).

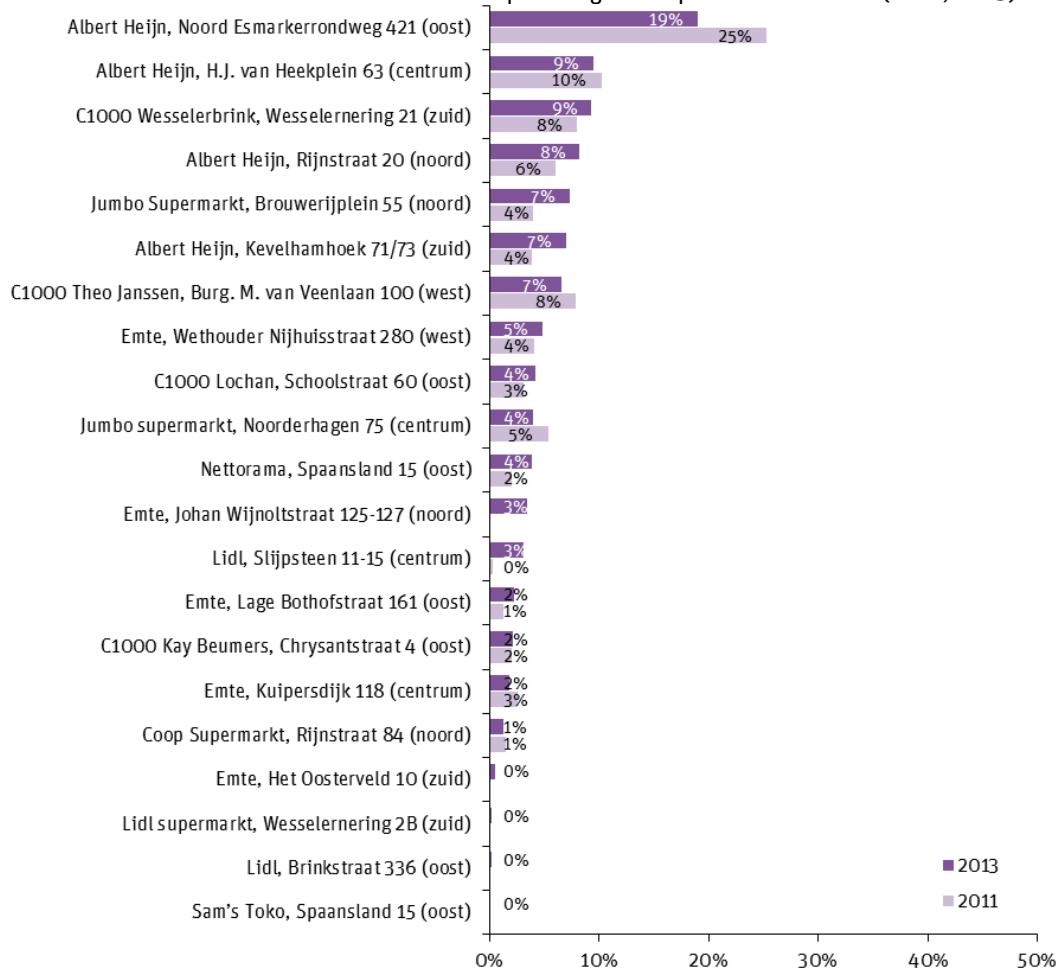
Supermarktbezoekers zijn het meest georiënteerd op Albert Heijn in Miro Center

Aan de inwoners van Enschede die weleens op zondag naar een supermarkt gaan, is gevraagd waar zij het laatst een supermarkt hebben bezocht. Een ruime meerderheid (97 procent) deed dit in Enschede. Net als in 2011 wordt de Albert Heijn XL in het Miro Center het meest genoemd: 19 procent van de bezoekers ging hier de laatste keer naar toe. In 2011 was dit aandeel hoger. Toen had 25 procent het laatste supermarktbezoek gebracht aan deze Albert Heijn vestiging. Na de Albert Heijn in stadsdeel Oost, wordt in 2013 de Albert Heijn aan het Van Heekplein het vaakst genoemd (9 procent), samen met de C1000 op de Wesselerbrink. Het totale beeld overziend is er meer spreiding in het supermarktbezoek. Veel supermarkten hebben een grotere oriëntatie vergeleken met 2011, met uitzondering dus van de AH XL in het Miro Center.



Figuur 2.6

Waar in Enschede heeft u voor de laatste keer op zondag een supermarkt bezocht? (2011, 2013)



De meeste Duitse bezoekers hebben vooral de AH aan het Van Heekplein en de Jumbo in de Irenepassage als laatste bezocht. Beide zijn in het centrum gelegen en bezoek hiervan is waarschijnlijk gekoppeld aan het winkelen in de Enschedese binnenstad op een koopzondag. Dat de AH aan de Noord Esmarkerrondweg en de C1000 in Glanerbrug minder genoemd zijn, terwijl deze dicht bij de Duitse grens liggen, heeft zeer waarschijnlijk te maken met het onderzoeksgebied (er is een bredere grensregio geselecteerd), waardoor het doelgericht op zondag bezoeken door Duitsers die dichtbij wonen hier minder zichtbaar is. Twentse bezoekers noemen naast de AH aan het Van Heekplein en de Jumbo in de Irenepassage wel meer ook de AH XL in het Miro Center.



De oriëntatie op supermarkten op zondag is sterk gebonden aan de wijk waar men woont. Tabel 2.1 presenteert per supermarkt die het meest is bezocht, uit welke wijk de meeste bezoekers afkomstig zijn. Zo wordt bijvoorbeeld de Albert Heijn aan het Van Heekplein het meest bezocht door inwoners van het Binnensingelgebied. De C1000 aan de Wesselernering trekt vooral bezoekers uit de wijk Enschede-Zuid.

Net als in 2011 zijn Enschedese bezoekers van supermarkten op zondag voor het grootste deel georiënteerd op supermarkten die gevestigd zijn in de wijk waar men woont. Afstand en reistijd zijn dus ook voor supermarktbezoek op zondag belangrijke keuzefactoren. De Albert Heijn in het Miro Center is een uitzondering. Deze AH XL heeft ook voor de zondag een duidelijke bovenwijkse trekkracht, wat ook wel in iets mindere mate geldt voor de Nettorama in Budgetcenter. De C1000 Theo Janssen trekt op zondag ook relatief veel Enschedeërs uit Enschede-Zuid.

Tabel 2.1
Herkomst bezoekers supermarkten op zondag. (2013)

Stadsdeel	Supermarkt	Meeste bezoekers uit wijk...	Aandeel
centrum	Albert Heijn, H.J. van Heekplein 63	Binnensingelgebied	66%
	Jumbo supermarkt, Noorderhagen 75	Binnensingelgebied	75%
noord	Jumbo Supermarkt, Brouwerijplein 55	Enschede-Noord	62%
	Albert Heijn, Rijnstraat 20	Enschede-Noord	79%
zuid	Albert Heijn, Kevelhamhoek 71/73	Enschede-Zuid	88%
	C1000 Wesselerbrink, Wesselernering 21	Enschede-Zuid	84%
west	Emte, Wethouder Nijhuisstraat 280	Boswinkel / Stadsveld	96%
	C1000 Theo Janssen, Burg. M. van Veenlaan 100	Boswinkel / Stadsveld	48%
oost	C1000 Lochan, Schoolstraat 60	Glanerbrug e.o.	98%
	Albert Heijn, Noord Esmarkerrondweg 421	Hogeland / Velve	25%
	Nettorama, Spaansland 15	Enschede-Zuid	53%

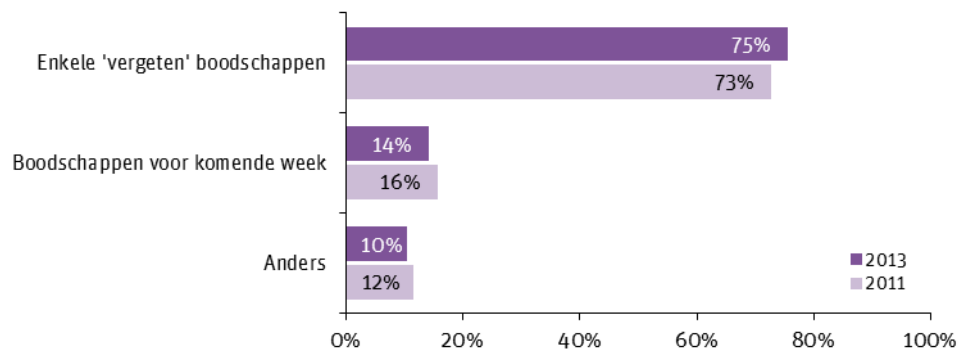
Aankopen en bestedingen

Naast bezoekgedrag en de keuze voor supermarkten, geven aankopen en bestedingen op zondag ook een belangrijke indicatie voor de positie en functie van de op zondag geopende supermarkten in Enschede. In dit kader is aan de inwoners van Enschede die weleens een supermarkt op zondag bezoeken, gevraagd: 'wat heeft u gekocht bij uw laatste bezoek aan een supermarkt op zondag?'. Een ruime meerderheid van de bezoekers koopt op zondag enkel 'vergeten' artikelen in de supermarkt. Ook in 2011 waren vergeten producten de belangrijkste aankoop in de supermarkt op zondag. Dit aandeel is met 2 procentpunten heel licht toegenomen, het aandeel bezoekers dat de zondag tegenwoordig gebruikt om weekboodschappen te doen is met 2 procentpunten afgenomen.



Figuur 2.7

Wat heeft u gekocht bij uw laatste bezoek aan de supermarkt op zondag?



Vervolgens hebben de supermarktbezoekers aangegeven welk bedrag zij gemiddeld hebben uitgegeven bij het laatste bezoek. Bezoekers die komen voor wat vergeten producten, besteden gemiddeld €19,- in de supermarkt. Het gemiddelde bedrag dat bezoekers hebben uitgegeven aan weekboodschappen komt uit op gemiddeld €68,-. Het totaal gemiddelde bestede bedrag, door zowel bezoekers die boodschappen hebben gedaan als bezoekers die alleen vergeten producten hebben afgerekend, bedraagt €29,-. In 2011 bedroeg het gemiddelde totaalbedrag €25,-. De gemiddelde uitgave is daarmee met 12 procent gestegen.

Tabel 2.2 geeft een overzicht van de gemiddeld bestede bedragen, naar diverse kenmerken. De gemiddelde besteding in de supermarkt op zondag is verhoudingsgewijs hoog bij 30-49 jarigen en bij de pragmatici. Beide groepen hebben ook de sterkste toename als het gaat om de gemiddelde besteding.



Tabel 2.2

Gemiddelde besteding tijdens laatste supermarktbezoek op zondag, naar diverse kenmerken. (2011, 2013)

	2011	2013
geslacht		
mannen	€ 28	€ 28
vrouwen	€ 22	€ 29
leeftijd		
tot 29 jaar	€ 20	€ 21
30-49 jaar	€ 28	€ 33
50 jaar en ouder	€ 25	€ 25
burgerschapstijl²		
plichtsgetrouwen	€ 20	€ 19
pragmatici	€ 28	€ 34
buitenstaanders	€ 28	€ 29
verantwoordelijken	€ 22	€ 26

Opvallend is dat Duitse bezoekers vergeleken met Twentse bezoekers vaker aangeven boodschappen voor de gehele week te doen op de zondag in Enschede (24 versus 15 procent). Voor inwoners van Twente gaat het vaker om vergeten boodschappen. Dit onderscheid werkt door in de gemiddelde besteding: uitgaande van het laatste supermarktbezoek op zondag in Enschede geven de Duitse bezoekers gemiddeld € 54 uit, terwijl dat bij Twentse bezoekers € 32 is. Beide bedragen liggen echter boven het Enschedese gemiddelde.

2.3 Voor of tegen?

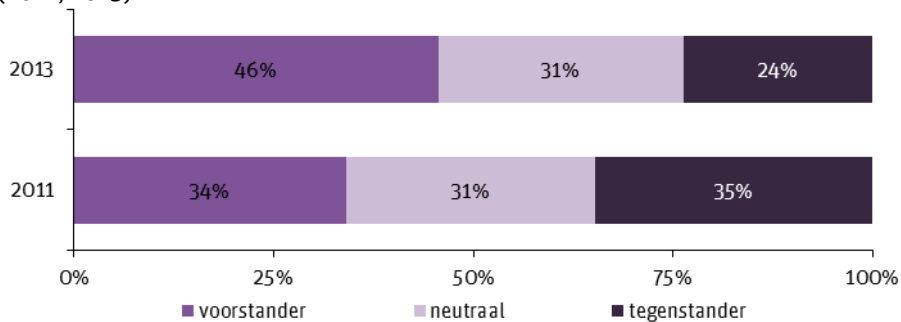
Aandeel voorstanders van zondagopenstelling supermarkten is gegroeid

Tot slot hebben alle respondenten een voorkeur uitgesproken voor het openstellen van supermarkten op zondag in het algemeen. Bent u voor of tegenstander? In 2013 is bijna de helft van de Enschedeërs vóór het wekelijks openstellen van supermarkten. Het aandeel voorstanders is gegroeid: in 2011 was 34 procent vóór. Wat opvalt is dat het aandeel dat neutraal staat tegenover zondagopenstelling gelijk is gebleven. Er zijn méér voorstanders en minder tegenstanders.

² In het kort houdt dit in dat de inwoners van Enschede zijn ingedeeld op basis van hun levenswaarden. Met levenswaarden bedoelen we de waarden die mensen belangrijk vinden in het leven; de een vindt bijvoorbeeld carrière belangrijker dan vrije tijd, de ander vindt naastenzorg belangrijker dan zelfontwikkeling. Dit is per individu en dus ook per groep verschillend. Deze indeling in levenswaarden noemen we burgerschapstijlen. Er worden vier van deze burgerschapstijlen onderscheiden: plichtsgetrouwen, pragmatici, verantwoordelijken en buitenstaanders. Meer uitleg over de burgerschapstijlen is opgenomen in bijlage 2.

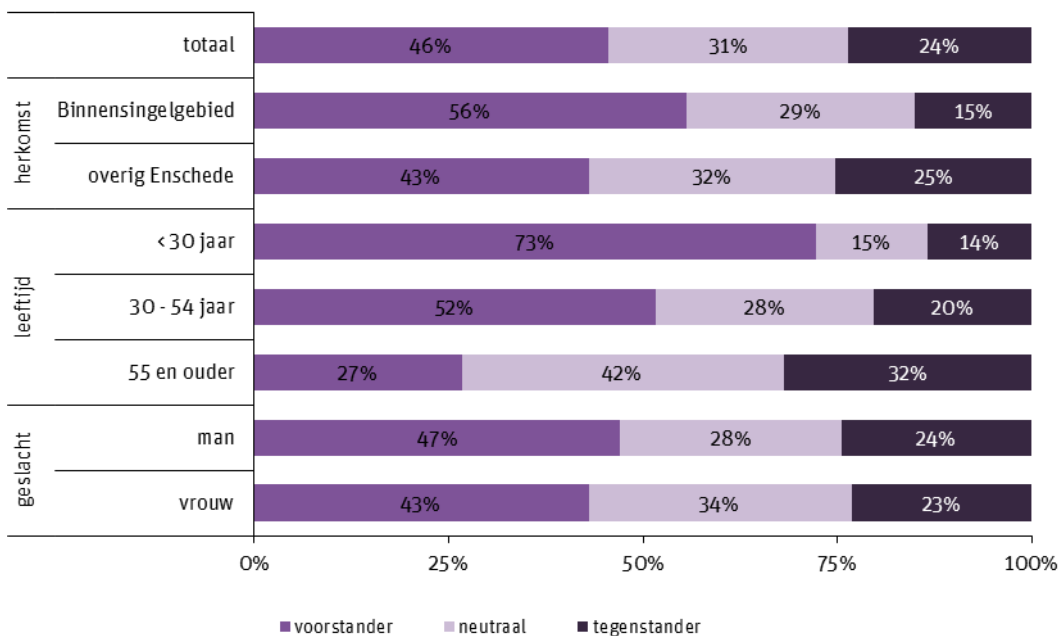


Figuur 2.8
Voor-of tegenstander van zondagopenstelling van supermarkten?
(2011, 2013)



Jongeren (tot 30 jaar) zijn duidelijk vaker voorstander van het openstellen van supermarkten op zondag. Verder is ook verschil zichtbaar naar woonlocatie: inwoners van het centrum van Enschede (Binnensingelgebied) zijn vaker voorstander dan inwoners uit de overige delen van Enschede. Het verschil in voorkeur tussen mannen en vrouwen is beperkt.

Figuur 2.9
Voor-of tegenstander van zondagopenstelling van supermarkten? Naar diverse kenmerken.



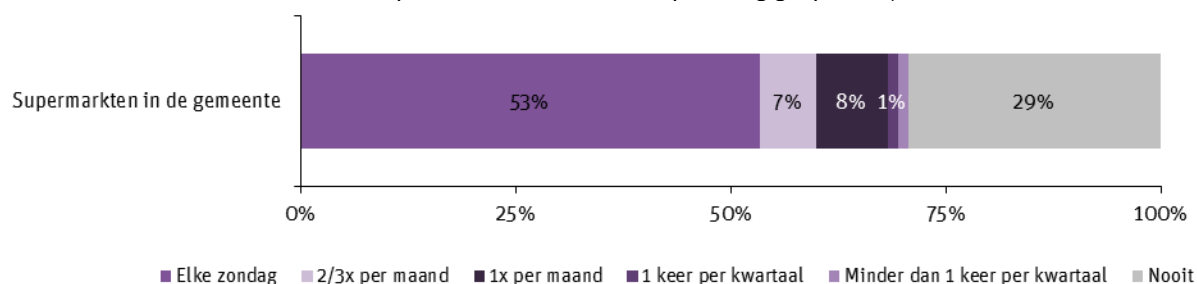


Helpt Enschedeërs noemt wekelijks open zijn ook als gewenste frequentie

Enschedeërs hebben hierbij ook aangegeven wat zij een wenselijke openingsfrequentie vinden voor supermarkten op zondag. Een kleine meerderheid is er over uit dat de supermarkten in Enschede, net als nu, elke zondag geopend moeten zijn. Vijftien procent vindt eens of een paar keer per maand voldoende. Ruim een kwart (29 procent) is van mening dat supermarkten nooit op zondag geopend zouden moeten zijn. Dit zijn – zoals verwacht – overwegend tegenstanders van de zondagopenstelling, aangevuld met een deel Enschedeërs die niet direct principieel tegen zijn maar het op zich ook niet nodig vinden dat deze op zondag open zijn.

Figuur 2.10

Hoe vaak moeten wat u betreft de supermarkten in Enschede op zondag geopend zijn? (2013)



Duitse en Twentse respondenten zijn minder vaak voorstander van een wekelijkse zondagopenstelling van Enschedese supermarkten. De groepen voor, tegen en neutraal zijn ongeveer gelijk verdeeld. Dit is ook wel verklaarbaar, omdat ze minder vaak op zondag supermarkten in Enschede bezoeken en daarmee een minder direct belang hebben. Deze verdeeldheid zien we ook terug in de gewenste openingsfrequentie, welke aanzienlijk lager ligt. Duitse respondenten geven het vaakst 1 keer per maand en nooit op (respectievelijk 25 en 26 procent). Twentse respondenten noemen naast nooit (37 procent) het vaakst elke zondag en 1 keer per maand (respectievelijk 24 en 18 procent).

2.4 Conclusie

De zondagopenstelling van supermarkten wordt vergeleken met 2011 meer gewaardeerd en geaccepteerd en het bezoek aan de supermarkten is ten opzichte van dat jaar toegenomen. In 2013 bezoekt een kwart van de Enschedeërs nooit een supermarkt, een flinke daling ten opzichte van 2011, toen dit aandeel op 39 procent lag. Het supermarktbezoek op zondag is wel grotendeels laagfrequent. De helft van de Enschedeërs bezoekt een supermarkt maximaal één keer per maand en het bezoek is vaak gerelateerd aan vergeten boodschappen of onverwacht bezoek. Niettemin betekent voor een deel van de Enschedese consumenten de zondagopenstelling een welkome uitbreiding van de mogelijkheid om boodschappen te doen. Een kwart van de bezoekers op zondag doet dat omdat in de rest van de week de tijd ontbreekt en 14 procent kocht bij het laatste supermarktbezoek de boodschappen voor de hele week. Dit verschilt niet veel met 2011. De functie van de zondagopenstelling is in dit opzicht weinig veranderd.



In 2013 beschouwt een kwart van de Enschedeërs zich als tegenstander van de zondagopenstelling, duidelijk minder dan de 35 procent in 2011. De belangrijkste reden om geen gebruik te maken van de zondagopenstelling is niet principieel, maar het ontbreken van de behoefte om dan boodschappen te doen. Een kwart van de niet-bezoekers noemt de zondagrust als reden om de supermarkt niet te bezoeken en een vijfde vindt dat winkeliers recht hebben op een vast vrije dag.

3

Hoofdstuk

De ondernemers



3. Zondagopenstelling supermarkten: de ondernemers

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de mening van Enschedese ondernemers over de zondagopenstelling van supermarkten centraal. Zijn ze (nog steeds) voor- of tegenstander van een wekelijkse openstelling van supermarkten op zondag? Wat voor een invloed heeft de zondagopenstelling op de omzet, enerzijds voor de supermarkten zelf, anderzijds voor andere Enschedese ondernemers? En wat is de voorkeur van de ondernemer als het gaat om winkeltijden?

De resultaten in dit onderzoek zijn deels afkomstig uit een **webenquête** onder Enschedese winkeliers. Hier hebben in totaal 238 ondernemers aan deelgenomen. De webenquête heeft vooral betrekking op koopzondag (komt aan bod in hoofdstuk 5). Vragen die specifiek over de zondagopenstelling van supermarkten gaan, worden behandeld in dit hoofdstuk.

Het oordeel van de Enschedese marktondernemers over de zondagopenstelling van supermarkten (en koopzondagen) is in beeld gebracht door middel van een schriftelijke enquête, die door 19 ondernemers is ingevuld.

Daarnaast vormen de korte **telefonische interviews** afgenomen bij supermarktondernemers, zelfstandige winkeliers in levensmiddelenbranche en horecaondernemers (met name afhaal) belangrijke informatiebron ten aanzien van het op zondag geopend zijn van supermarkten. De korte telefonische interviews zijn gehouden onder dezelfde Enschedese ondernemers die in 2011 ook hebben deelgenomen aan het onderzoek. Hiermee is het niet alleen mogelijk verschuivingen in het totaaloordeel te signaleren, maar ook op het niveau van de ondernemer zelf te kijken of zijn of haar mening veranderd is ten opzichte van de zondagopenstelling.

3.2 Resultaten webenquête

Uit de webenquête komen 10 ondernemers naar voren die elke zondag de winkel open mogen hebben en dit ook doen. Daarnaast geven 13 respondenten aan wel open te mogen, maar dit niet te doen. Een relatief groot deel (29 procent, 68 ondernemers) geeft aan niet te weten hoe vaak zij op zondag open mogen zijn. Redenen die door supermarktondernemers vaker dan één keer worden genoemd om wekelijks op zondag open te gaan, zijn omzetverhoging, service naar de klant en het beperken van afvloeiing van klanten naar de concurrent.

Omzeteffect van zondagopenstelling

Alle 10 supermarktondernemers uit de webenquête die elke zondag open zijn, rapporteren een toename van de totale omzet ten opzichte van de tijd voor de zondagopenstelling.

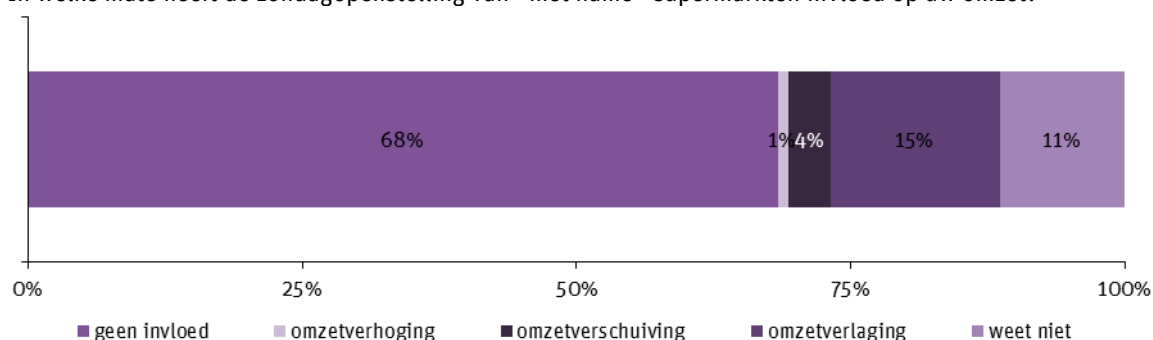
Het openstellen van supermarkten op alle zondagen van het jaar, kan ook de andere ondernemers beïnvloeden die 12 keer per jaar of helemaal nooit op zondag open (mogen) zijn. Aan hen is daarom ook gevraagd in welke mate de zondagopenstelling van supermarkten van invloed is op hun omzet.



De ruime meerderheid (68 procent) zegt geen omzetverandering te merken sinds de supermarkten elke zondag open mogen. Hier staat tegenover dat 15 procent van de ondernemers zegt dat de openstelling heeft geleid tot een omzetverlaging, 4 procent ervaart een verschuiving.

Figuur 3.1

In welke mate heeft de zondagopenstelling van - met name - supermarkten invloed op uw omzet?



Van de winkeliers in de dagelijkse sector (exclusief de 10 supermarktondernemers die hebben aangegeven op zondag open te zijn) geeft 42 procent aan dat de zondagopenstelling van supermarkten heeft geleid tot een omzetsdaling. Dit betreft dus ondernemers die zelf niet op zondag geopend zijn. Bijna zonder uitzondering gaat het hier om zelfstandige winkeliers (food-speciaalzaken), waarbij de meeste ondernemers ook enkele werknemers in dienst hebben.

Van de winkeliers buiten de levensmiddelenbranche (die 12 keer per jaar open mogen op zondag) geeft 10 procent aan dat de zondagopenstelling heeft geleid tot een omzetverlaging. Respectievelijk 29 (levensmiddelenbranche) en 76 procent (overig) merkt geen omzetverandering sinds de zondagopenstelling van supermarkten.

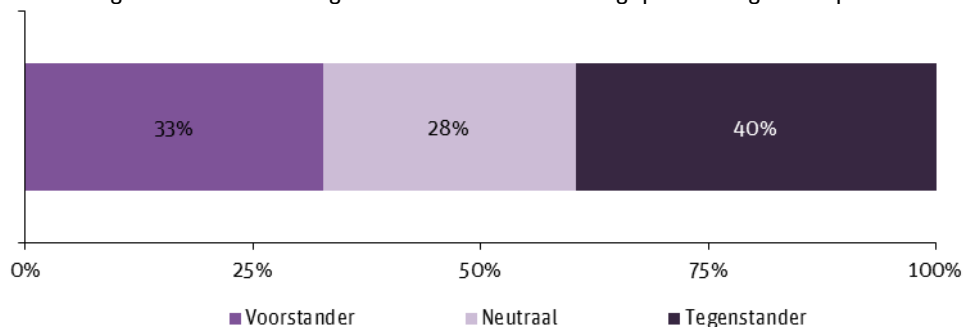
Voor of tegen?

De winkeliers hebben in de webenquête hun mening gegeven over het openstellen van supermarkten op zondag. Een derde van de ondernemers is voor zondagopenstelling van supermarkten op zondag, 40 procent is tegen. Dit resultaat is inclusief de supermarkten die al elke zondag open zijn. Wanneer deze niet worden meegenomen, dan is 31 procent voor, 28 procent neutraal en 41 procent tegen zondagopenstelling.



Figuur 3.2

Kunt u aangeven of u voor-of tegenstander bent van zondagopenstelling van supermarkten?

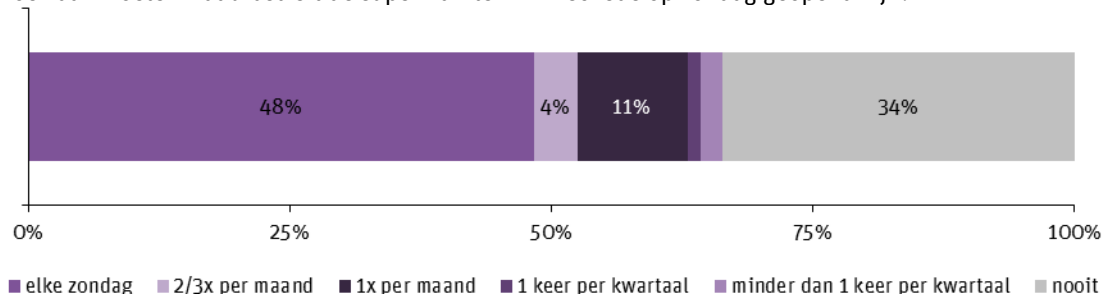


Van de ondernemers in de levensmiddelenbranche is een meerderheid van 57 procent tegenstander van het elke week openstellen van de supermarkten op zondag. Zelfstandige ondernemers in de branche zijn vaker tegen, namelijk 71 procent.

Ondernemers hebben hierbij ook aangegeven hoe vaak zij volgens hen supermarkten geopend moeten zijn. Bijna de helft vindt dat de supermarkten in Enschede elke zondag geopend moeten zijn. Van ruim een derde (34 procent) van de ondernemers hoeven de supermarkten nooit open op zondag.

Figuur 3.3

Hoe vaak moeten wat u betreft de supermarkten in Enschede op zondag geopend zijn?



De meeste ondernemers in de levensmiddelenbranche (53 procent) geven er de voorkeur aan dat de supermarkten en andere levensmiddelenverkopers nooit open zijn op zondag. Vooral veel zelfstandige ondernemers (65 procent) hebben de voorkeur voor nooit open op zondag. Deze resultaten zijn in lijn met de algemene houding van ondernemers ten aanzien van zondagopenstelling van winkels in de levensmiddelenbranche op zondag.

Ondernemers met een winkel in het kernwinkelapparaat geven het vaakst de voorkeur aan een wekelijkse zondagopenstelling van supermarkten (55 procent). In de overige gebieden is ook een kleine meerderheid (52 procent) voor het wekelijks openstellen van supermarkten. In de buurt/wijkwinkelcentra is het omgekeerde te zien: voor 53 procent van de ondernemers is de gewenste frequentie 'nooit', tegenover 29 procent van de ondernemers die de voorkeur geeft aan wekelijkse openstelling.

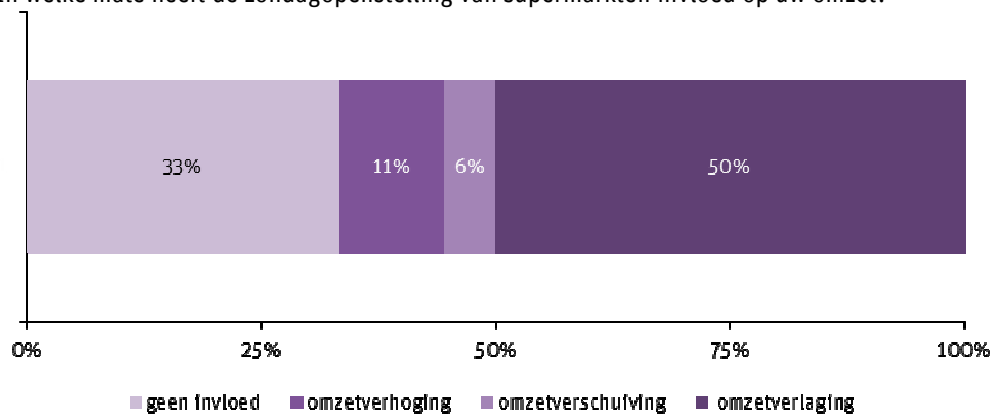


Marktondernemers zaterdagmarkt

De marktondernemers op de zaterdagmarkt is gevraagd welke effect de zondagopenstelling van levensmiddelenwinkels, met name supermarkten, heeft gehad op hun omzet. De helft van de responderende marktondernemers geeft aan hierdoor met een verlaging van de omzet te maken gehad en een derde zegt geen invloed te hebben ervaren. De ondernemers in food zeggen wat vaker een omzetzdaling te hebben gemerkt. Alle ondernemers met personeel zeggen te maken te hebben gehad met een omzetzdaling.

Figuur 3.4

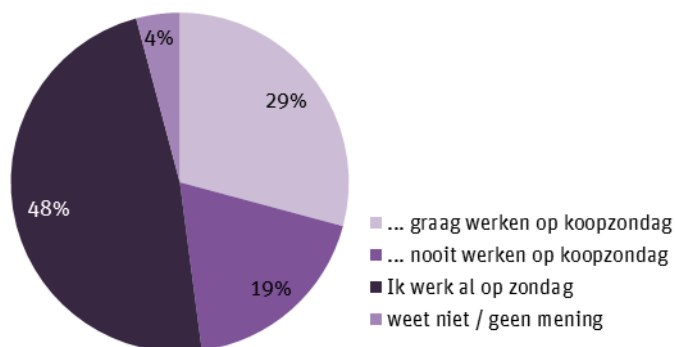
In welke mate heeft de zondagopenstelling van supermarkten invloed op uw omzet?



Werknemers in levensmiddelensector: meerderheid werkt al of wil werken op zondag³

Van het totale aantal werknemers dat heeft deelgenomen aan de enquête over zondagopenstelling van winkels is 16 procent werkzaam in de levensmiddelensector. Aan hen is ook voorgelegd of ze op zondag willen werken wanneer op zondag de winkels geopend zijn. Van de werknemers die hebben deelgenomen aan het onderzoek geeft ongeveer de helft aan al op zondag te werken. Daarnaast is 29 procent bereid om zondags in de winkel te werken. Hier staat tegenover dat 19 procent bij voorkeur niet op zondag werkt.

Als redenen waarom men op zondag wil werken, noemen werknemers zowel het meer willen verdienen (vooral jongeren noemen dit) als ook het niet uitmaken op welke dag men vrij is. De kleinere groep die niet op zondag wil werken noemt religieuze en sociale redenen (vrije dag om leuke dingen te doen).



³ Vanwege aantal waarnemingen (n=48) zijn resultaten indicatief.



3.3 Resultaten telefonisch onderzoek onder ondernemers

3.3.1 De supermarkten

Aantal supermarkten heeft gekozen voor sluiting op zondag

Net als in 2011 zijn er in 2013 ook 23 supermarkten die op grond van een verleende ontheffing zondags hun winkeldeuren mogen openen. Van de 34 supermarkten die in 2011 hebben deelgenomen aan het onderzoek hebben er 25 ook dit maal weer meegewerkt aan het onderzoek. Van deze 25 deelnemende supermarkten zijn er 12 op zondag geopend en 13 zijn er gesloten. Wanneer we naar dezelfde groep supermarktondernemers kijken in 2011 dan waren er toen 15 op zondag open en 10 gesloten. Naast een groep supermarkten die zowel in 2011 als in 2013 niet deelnemen aan de koopzondag (met name kleinere zelfstandige supermarkten) zijn er ook enkele ondernemers die aangeven nu niet meer op zondag geopend te zijn. Voorbeelden hiervan zijn de AH in Stroinkslanden en de Dirk van den Broek op het Oogstplein. Andersom zijn er bij de deelnemende supermarkten geen supermarkten die voorheen op zondag gesloten waren en nu wel op zondag open zijn.

Supermarkten die geopend zijn, zien ook behoefte aan openstelling

Het grootste deel van de supermarkten die hebben deelgenomen aan het onderzoek en op zondag geopend zijn, denken dat de zondagopenstelling van supermarkten in een behoefte voorziet. De meeste ondernemers die de winkeldeuren op zondag geopend hebben zijn enthousiast, al nuanceren enkele ondernemers deze behoefte in de zin dat het eigenlijk wel vooral voor bepaalde gevallen voorziet in behoefte (zoals bij onverwacht bezoek). Een enkele ondernemer zegt ook dat de winkel met name vanuit concurrentieoverwegingen geopend is en niet zozeer omdat het inspeelt op een concrete behoefte.

Sterker accent op zelfde klanten

Waar in 2011 veel supermarktondernemers aangaven op zondag een mix van bestaande en nieuwe klanten te zien in de winkel, geven nu veel bezoekers aan dat het toch vooral dezelfde klanten zijn (wel met een iets ander winkelgedrag). Daarnaast zeggen enkele ondernemers ook specifiek op zondag verhoudingsgewijs meer Duitsers te zien. Dat een groter deel van de ondernemers nu aangeeft dezelfde klanten te trekken op zondag zal mede te maken met het meer 'ingeburgerd' zijn van de zondagopenstelling van Enschedese supermarkten. De consument is er aan gewend en heeft het ook een plek gegeven in het koopgedrag.

Omzetstijging en –aandeel beperkt

Volgens drie supermarkten zorgt de zondagopenstelling zondermeer voor een toename van de omzet. Daarnaast zien vijf supermarkten – naast een lichte toename - vooral een verschuiving van de omzet. Twee supermarkten zeggen dat het niet of nauwelijks invloed heeft. Ten opzichte van 2011 lijken de reacties ten aanzien van de invloed op de omzet iets gematigder. Toen gaven verhoudingsgewijs meer supermarktondernemers aan dat de zondag voor meer omzet zorgde.

Enkele supermarktondernemers kunnen de gerapporteerde omzetstijging ook uitdrukken in een percentage, variërend van 3 tot 12 procent.



Een vergelijking met 2011 is hier lastig te maken, aangezien toen 2 (andere) supermarktondernemers een percentage noemden. Het merendeel had hier nog geen zicht op of oordeel over.

Voor wat betreft het omzetaandeel van de zondag geven 13 supermarkten een cijfer op. Het hoogst gegeven omzetaandeel is 10 procent en de laagste 0,5 procent. Het gemiddelde omzetaandeel is 5,5 procent.⁴ Van de supermarkten die in 2013 een omzetaandeel hebben opgegeven, is van een zevental supermarkten ook het 2011-cijfer bekend. Bij 2 supermarkten is het omzetaandeel in 2013 groter dan in 2011. De overig 5 hebben eenzelfde omzetaandeel opgegeven.

We hebben de ondernemers ook gevraagd of de omzet op zondag in 2013 hoger is dan in 2011. In totaal zeggen 8 supermarktondernemers dat de zondagse omzet gestegen is vergeleken met 2011. Twee ondernemers ervaren daarentegen een daling van de omzet op zondag en nog eens 2 supermarkten vonden de ervaringen dermate tegenvallend dat besloten is niet (meer) op zondag open te gaan.

Werkgelegenheidseffect: meer supermarkten hebben extra personeel voor de zondag

In 2011 gaven de meeste supermarkten aan de zondagopenstelling vooral op te vangen door extra inzet van het huidige personeel (meer uren werken; ook tegen extra vergoeding). Twee jaar later lijkt het accent te zijn verschoven: 8 supermarkten geven aan dat er extra personeel in dienst is genomen voor de zondagen (tegen 6 supermarkten die het opvangen met het al in dienst zijnde personeel). De overige 11 supermarkten hebben deze vraag niet beantwoord.

Uit een inventarisatie van werkgelegenheidsgegevens (bron: Enschedese bedrijvencartotheek) blijkt ook dat de werkgelegenheid bij de op zondag geopende supermarkten in 2012 ten opzichte van 2011 is toegenomen met 6 procent (2011: 1.652 werkzame personen; 2012: 1.747 werkzame personen⁵).

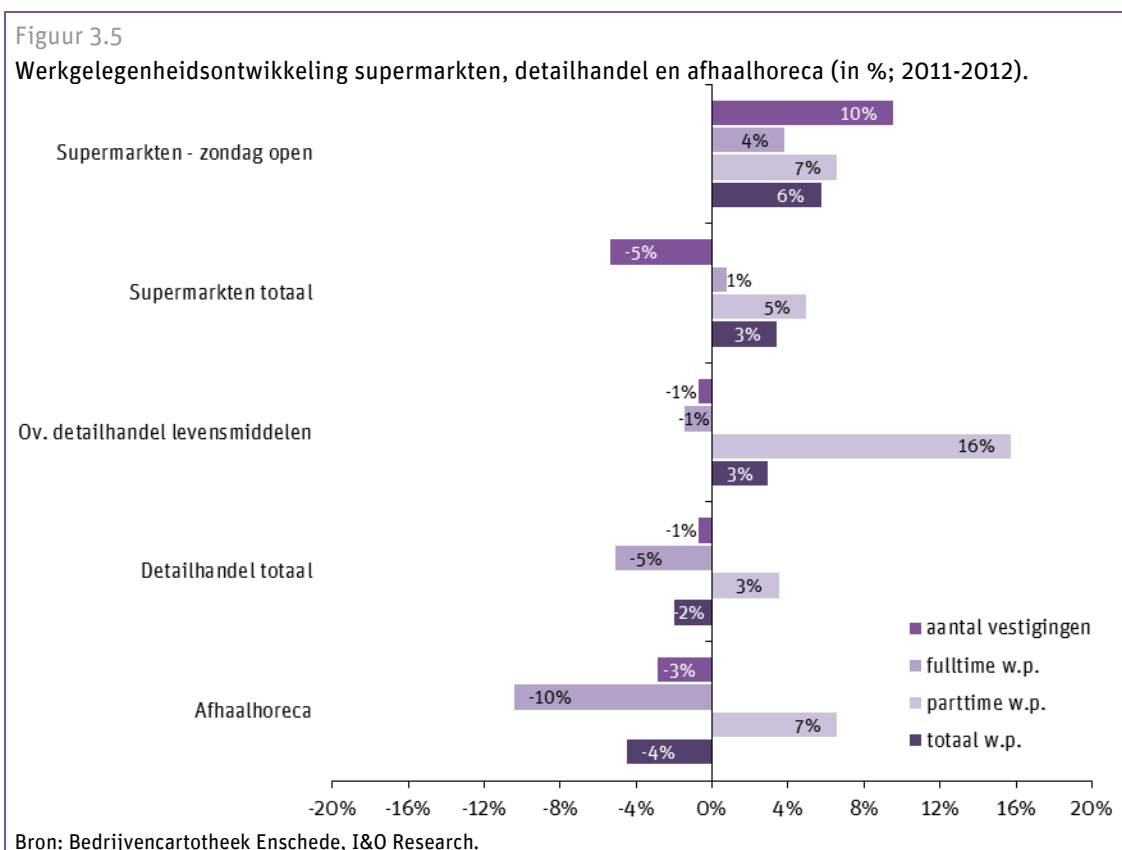
De totale sector detailhandel laat juist een lichte werkgelegenheidsteruggang zien, welke volledig voor rekening komt van een daling van het aantal fulltimers in de Enschedese detailhandel (zie figuur 3.5)⁶. Het aantal parttimers is namelijk wel gegroeid. In de op zondag geopende supermarkten is zowel het aantal fulltime als het aantal parttime werkzame personen in 2012 groter dan in 2011. Voor overige winkels in het levensmiddelensegment is het aantal parttimers relatief sterk toegenomen in 2011-2012 (+16 procent), terwijl het aantal fulltimers is gedaald met 1 procent.

Daar waar in de supermarkten het merendeel van de banen wordt ingenomen door parttimers (64 procent), is bij de overige detailhandel in voedings- en genotmiddelen 71 procent nog fulltimer. Echter, de cijfers laten zien dat in dit segment in 2011-2012 het aantal parttime werkzame personen juist sterk is gestegen terwijl het aantal fulltimers (licht) is gedaald.

⁴ Hierbij is de AH to Go buiten beschouwing gelaten.

⁵ In de cijfers van 2011 zijn twee vestigingen van Lidl nog niet opgenomen.

⁶ Volgens de landelijke definitie zijn fulltimers gemiddeld 12 uur per week of meer werkzaam, en parttimers gemiddeld minder dan 12 uur per week.



Meeste voorkeur voor variant 1: alle winkels zondag geopend

Aan de supermarkten is een viertal varianten voorgelegd over de openstelling van supermarkten en winkels op zondag. Dit zijn:

1. alle winkels moeten open op zondagen;
2. alleen supermarkten open op zondagen;
3. maximaal 10 supermarkten mogen open op zondagen;
4. geen supermarkten mogen open op zondagen.

Variante 1 krijgt de meeste voorkeur. Zeker in vergelijking met 2011 is het draagvlak voor de variant waarin alle winkels op zondag geopend mogen zijn sterk toegenomen: twee derde van de deelnemende supermarktondernemers zegt dus dat alle winkels in Enschede op zondag open moeten mogen. Circa een zevende deel van de supermarktondernemers vond in 2011 dat er maximaal 10 supermarkten de deuren mogen openen op zondagen. In 2013 geeft niemand meer een voorkeur voor deze variant op.

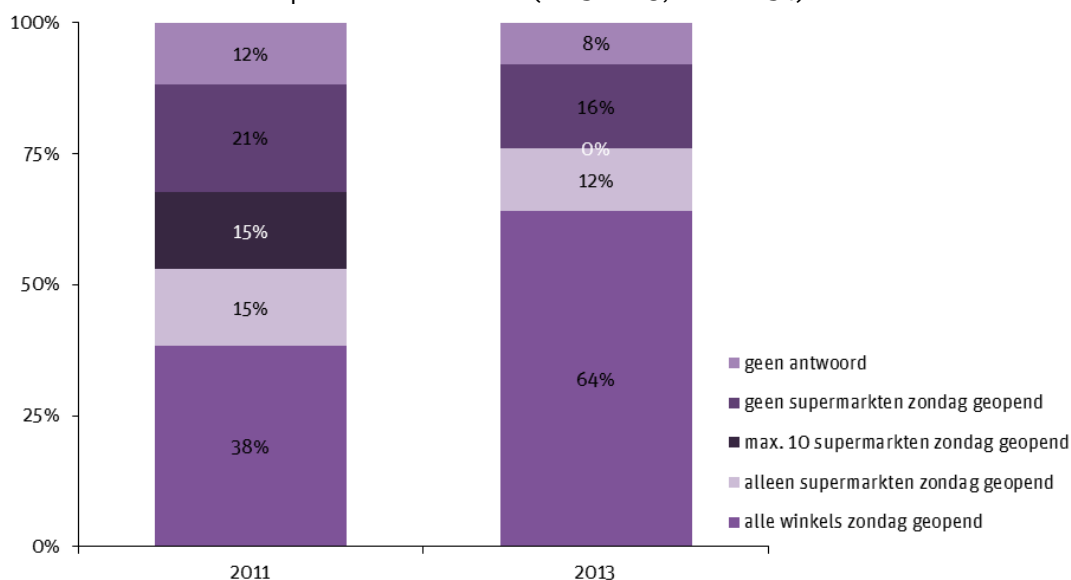
Wanneer we kijken naar ondernemers die in 2011 en in 2013 een voorkeur hebben opgegeven, zien we dat veel ondernemers eenzelfde, ongewijzigde voorkeur hebben. Wel is een aantal ondernemers overgestapt van variant 2 en variant 4 naar variant 1.



Met name bij de laatste overgang zitten wat meer ook de zelfstandige supermarktondernemers, waarbij ook wel wordt opgemerkt: 'als we dan toch open moeten dan moet dit kunnen gelden voor alle winkels'. Het is dus deels ook het gevoel dat dit een proces is dat niet meer te stoppen is en waar je dan vroeg of laat toch in mee zult moeten gaan.

Figuur 3.6

Voorkeur voor varianten supermarktondernemers (2013: n=25; 2011: n=34).



3.3.2 Zelfstandige winkeliers in levensmiddelen en horecaondernemers

Weinig draagvlak voor openstelling supermarkten

Van de 19 telefonisch geïnterviewde zelfstandige winkeliers in levensmiddelen is de mening over de openstelling van supermarkten op zondag in grote meerderheid negatief (17 van de 19). De meeste winkeliers geven aan er onder te lijden, waarbij met name op de zaterdag en maandag minder omzet worden ervaren. Verder wordt negatief geoordeeld als 'protest' tegen 24-uurs economie. En ook is een winkelier van mening dat de zondagopenstelling (al dan niet in combinatie met de algemene koopzondag) de koopavond op donderdag kapot maakt. In relatie tot het eventueel zelf op zondag open gaan, wijzen enkele winkeliers op het grote aantal uren dat men nu al per week werkzaam is; om dan ook nog eens op zondag open te gaan is als kleine zelfstandige niet haalbaar.

Van de 18 geïnterviewde horecaondernemers hebben er 16 een negatief oordeel over de zondagopenstelling van supermarkten. Met name doordat consumenten nu ook op zondag kant-en-klaar maaltijden, frisdrank, chips en dergelijke in de supermarkt kunnen komen, is er sprake van omzetverlies, zo is het oordeel. Daarbij is ook enige gelatenheid terug te vinden in de gegeven antwoorden; 'we draaien minder omzet, maar er verandert toch niets'.



Vergeleken met 2011 is de mening van de ook in 2013 geïnterviewde ondernemers niet veranderd en zijn ze geen voorstander van het op zondag geopend zijn van supermarkten in Enschede omdat het een negatief effect heeft op de eigen omzet.

Aanzienlijk deel ziet omzetsdaling

Van de 19 zelfstandige winkeliers in levensmiddelen die net als in 2011 ook nu hebben deelgenomen aan het telefonische interview over de zondagopenstelling van Enschedese supermarkten geven er 10 aan dat de zondagopenstelling een negatief effect heeft op hun eigen omzet. Drie ervaren geen invloed en 4 ondernemers vinden het moeilijk vaststellen (bijvoorbeeld ook omdat er in het winkelgebied waar zij gevestigd zijn op zondag geen winkels geopend zijn) of plaatsen de omzetontwikkeling in een breder perspectief (huidige economische omstandigheden en daarmee veranderend koopgedrag). Vergelijken we de in 2011 gegeven antwoorden met die van 2013, dan heeft merendeel een onveranderde mening. Wel zien we ook enkele ondernemers die in 2011 een teruggang van omzet aangaven door de zondagopenstelling, in 2013 iets genuanceerder zijn en niet (meer) echt verschil zien dan wel het niet meer direct linken aan de zondag.

Bij de horecaondernemers is de verdeling vergelijkbaar: 10 ondernemers geven aan dat het boodschappen kunnen doen op zondag van invloed is op hun omzet. In 2011 was een groter deel van deze horecaondernemers nog meer afwachtend ten aanzien van de mogelijke gevolgen van de zondagopenstelling. Enkele horecaondernemers zagen toen nog niet veel verschil ten opzichte van de periode van voor de openstelling of hadden er gewoon nog geen scherp zicht op.

Men vindt het lastig om een inschatting te geven hoe groot de omzetverandering in procenten is. De meeste winkeliers kunnen het niet uitdrukken in de percentage. Degenen die dat wel doen, noemen wel aanzienlijke omzetsdalingen, variërend van 10-15 tot (minimaal) 25 procent. Vijf horecaondernemers noemen een procentuele omzetontwikkeling: 3 horecaondernemers noemen een daling van 20-30 procent, terwijl 2 ondernemers een nog hoger percentage noemen.

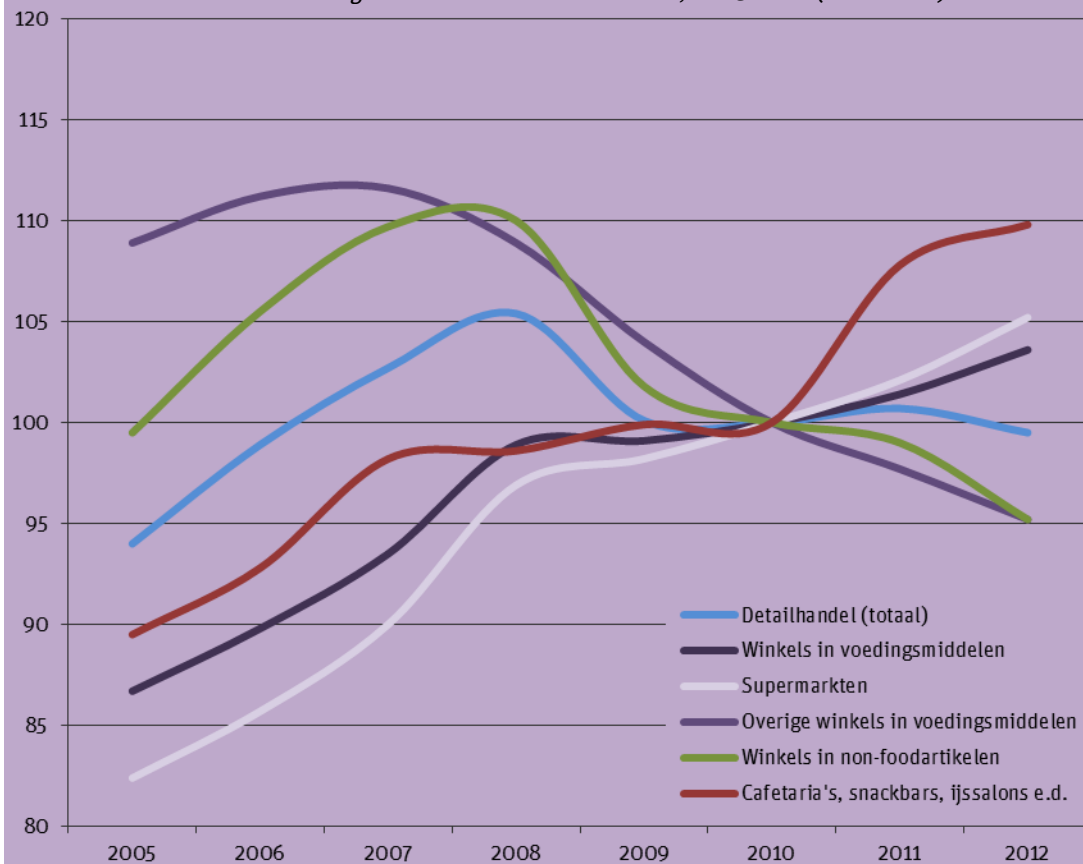
We hebben de ondernemers net als in 2011 ook gevraagd of de zondagopenstelling ook gevolgen heeft (gehad) voor het personeel. In 2011 gaven relatief veel winkeliers en horecaondernemers aan dat het nog niet geleid had tot minder personeel (een deel had overigens ook geen personeel in dienst). Nu 2 jaar later heeft een groter deel te maken met een teruggang in het personeelsbestand. Van de 19 winkeliers geven er 7 een krimp van het aantal werknemers op. En van de 18 horecaondernemers hebben er 6 naar eigen zeggen nu minder personeel (mede) doordat de supermarkten op zondag open zijn. Natuurlijk is er niet automatisch een 1-op-1 relatie tussen zondag en personeel; ook andere ontwikkelingen zullen een bijdrage hebben, maar in de beleving van de ondernemers is dit in ieder geval een belangrijke factor.



Landelijke cijfers omzontwikkeling detailhandel & horeca

De economische crisis heeft de conjunctuurgevoelige detailhandel klappen toegedeeld. Na een sterke daling van de detailhandelsbestedingen in 2009 is de omzet in deze branche de laatste paar jaar redelijk stabiel gebleven (+0,7 procent in 2011 en +1,2 procent in 2012). Wel zien we duidelijk onderscheid binnen de detailhandel. Zo realiseerde supermarktbranche ten opzichte van 2010 5,2 procent omzetsijging, terwijl de overige foodspeciaalzaken juist een daling kenden van 4,8 procent. De omzet in de non-foodsector ligt in 2012 ook 4,8 procent onder het niveau van 2010. De 'afhaalhoreca', dat wil zeggen snackbars, ijssalons en dergelijke hebben in 2011 en 2012 te maken met een stijging van de omzet.

Geïndexeerde omzontwikkeling detailhandel en afhaalhoreca, 2005-2012 (2010=100).



Bron: CBS



Ervaringen afgelopen 2 jaar veelal negatief

Terugkijkend op de periode 2011-2013 is de winkeliers en horecaondernemers gevraagd of de ervaringen nu positiever of negatiever zijn in vergelijking met 2011, toen de zondagopenstelling net een feit was. Van de geïnterviewde 19 zelfstandige winkeliers en 18 horecaondernemers geeft er maar 1 aan positiever te zijn. Het gros is negatiever vergeleken met 2011. Sommige ondernemers geven aan dat hun mening niet veranderd en dat men dus nog steeds net zo negatief is.

Van de winkeliers geeft ook niemand aan op zondag wel open te willen. Gegeven toelichtingen daarbij zijn dat het onbetaalbaar is (men zou extra personeel moeten aannemen), dat men dan totaal geen rust meer heeft en dat 6 dagen per week open zijn het maximum is.

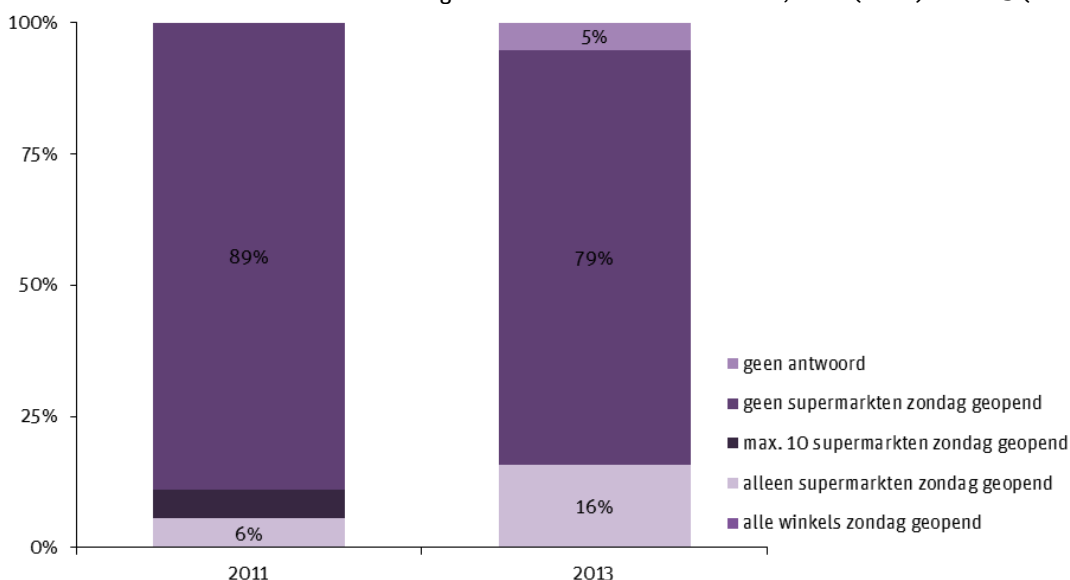
Keuze vooral voor 'geen supermarkten open'

Er is geen enkele winkelier die er de voorkeur aan geeft dat alle winkels op zondag open mogen zijn (variant 1). De grootste groep kiest voor variant 4: geen supermarkten open op zondag (15 van de 19). Ook bij de horecaondernemers heeft het merendeel een voorkeur voor deze variant (11 van de 18).

Wanneer we de voorkeuren vergelijken met 2011 is zichtbaar dat hierin eigenlijk weinig is veranderd. Ook in 2011 waren de meeste telefonisch geïnterviewde zelfstandige winkeliers in levensmiddelen en horecaondernemers tegen de zondagopenstelling van supermarkten in Enschede.

Figuur 3.7

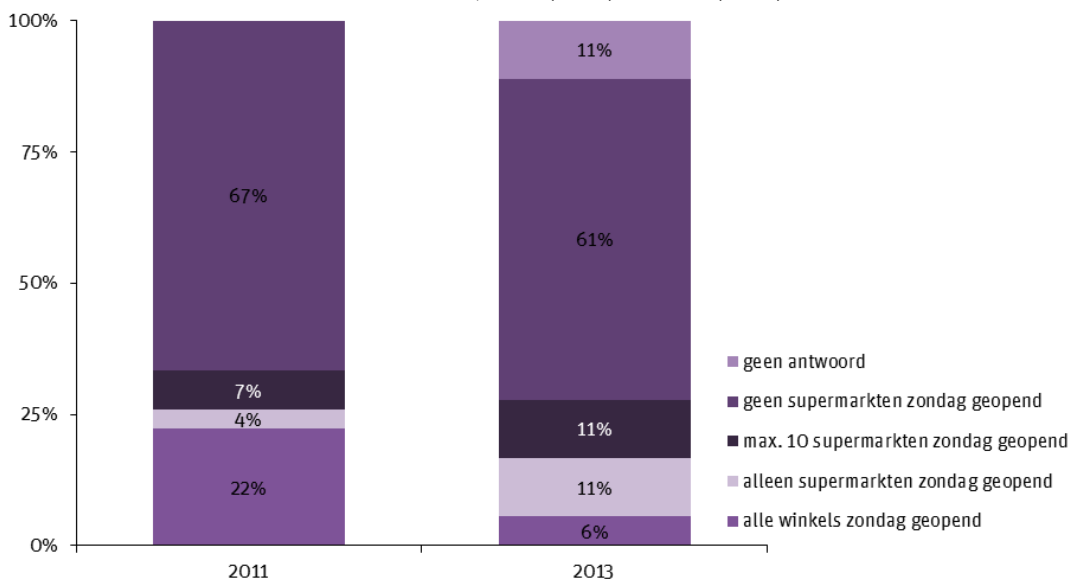
Voorkeur voor varianten kleine zelfstandige winkeliers in levensmiddelen, 2011 (n=18) en 2013 (n=19).





Figuur 3.8

Voorkeur voor varianten horecaondernemers, 2011 (n=27) en 2013 (n=18).



3.4 Conclusie

De mening van verschillende groepen ondernemers in de detailhandel over de zondagopenstelling van supermarkten loopt sterk uiteen. Dat komt voor een zeer belangrijk deel door de gevolgen die de zondagopenstelling al dan niet voor de eigen bedrijfsvoering heeft.

Supermarktondernemers die gebruik maken van de mogelijkheid om door een ontheffing op zondag de winkel te openen, zeggen in meerderheid een omzetsijging te realiseren vergeleken met de periode voor de zondagopenstelling. Wel zien ze deels ook een verschuiving. Deze supermarktondernemers zien ook een behoefte bij hun klanten, al blijft die deels beperkt tot het kunnen doen van vergeten boodschappen of boodschappen voor onverwacht bezoek. De omzetsijging is voor enkele ondernemers overigens niet voldoende groot om de winkel op zondag nog langer te openen en kleinere supermarkten kiezen veelal ook niet voor zondagopening. De zondagopenstelling heeft naar opgave van de ondernemers geleid tot extra banen, waar in 2011 nog vooral sprake was van uitbreiding binnen banen.

Van de winkeliers in de dagelijkse sector die de winkel zelf niet geopend hebben op zondag heeft 42 procent een omzetsijging ervaren door de zondagopenstelling. Dit is vergelijkbaar met wat marktondernemers rapporteren. De helft zegt geconfronteerd te zijn met een omzetsijging. Voor de overige ondernemers geldt dat 10 procent een omzetsijging ziet. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat de totale omstandigheden voor detailhandel (als gevolg van de laagconjunctuur) weinig positief zijn, wat het oordeel over de invloed van de zondagopenstelling wel deels kan kleuren.

De mate waarin ondernemers veranderingen zien in hun omzet bepaalt in belangrijke mate hoe ze aankijken tegen zondagopenstelling van supermarkten en koopzondagen.



Supermarktondernemers zouden in ruime meerderheid (64 procent) alle winkels geopend willen zien op zondag en dat is een forse stijging ten opzichte van 2011. Kleine ondernemers in levensmiddelen en horecaondernemers in fastfood rapporteren in overgrote meerderheid omzetverlies en zijn sterk gekant tegen de openstelling van supermarkten op zondag. Driekwart van de geïnterviewde winkeliers in levensmiddelen wil geen enkele supermarkt op zondag geopend zien en dat geldt voor tweederde van de horecaondernemers. Wel is het aandeel voorstanders van zondagopenstelling licht gestegen.

4

Hoofdstuk

Beantwoording onderzoeksvragen



4. Beantwoording onderzoeksvragen

4.1 Inleiding

De vraagstelling van het onderzoek luidt als volgt:

“Wat is het draagvlak voor en de behoefte aan zondagopenstelling van winkels in de gemeente Enschede onder de te onderscheiden doelgroepen en naar de te onderscheiden typen aankooplocaties?”

Ten aanzien van de **zondagopenstelling van supermarkten** in Enschede zijn de volgende deelvragen gehanteerd:

1. Wat zijn de effecten van de zondagopenstelling van supermarkten?
 - Wat zijn de ervaringen van winkels die op zondag open zijn?
 - Wat zijn ervaringen van andere winkeliers en horecaondernemers?
 - En in welke mate maken inwoners van Enschede gebruik van de zondagopenstelling van supermarkten?

4.2 Beantwoording onderzoeksvraag zondagopenstelling supermarkten

Wat zijn de effecten van de zondagopenstelling van supermarkten?

Supermarktondernemers die op zondag hun winkel geopend hebben, zijn overwegend positief over de zondagopenstelling. Ze voorziet in een behoefte, met name voor bestaande klanten maar ook specifiek voor Duitse klanten (met name supermarkten in de binnenstad en aan de oostkant van de stad). Hoewel de ondernemers vaak aangeven dat het omzetaandeel en de -toename relatief bescheiden is, ziet de grootste groep wel een stijging van de omzet op zondag vergeleken met 2011. Hier tegenover staat dat enkele supermarktondernemers er voor hebben gekozen niet meer op zondag open te zijn, mede ook vanwege tegenvallende omzetten.

Onder overige winkeliers in Enschede lopen de meningen uiteen. In totaal zegt tweederde dat de zondagopenstelling van supermarkten geen omzeteffect heeft. Maar wanneer we inzoomen op het dagelijkse sector, het segment dat direct ‘concurrert’ met supermarkten, zien we dat 4 op de 10 ondernemers een omzetverlaging opgeeft door de openstelling van supermarkten op zondag. Binnen deze groep is de meerderheid dan ook tegen een zondagopenstelling van supermarkten. Aanvullend afgenomen interviews onder zelfstandige winkeliers in de levensmiddelensector bevestigen dit beeld. De omzet op de zaterdag en maandag is minder geworden, is de ervaring. Ook horecaondernemers (afhaal-/fastfoodhoreca) waarmee gesproken is, hebben in de meeste gevallen een negatief oordeel over het op zondag geopend zijn van supermarkten.

Op hoofdlijnen is daarmee het beeld ten opzichte van 2011 vergelijkbaar. Supermarktondernemers zijn voor, zelfstandige winkeliers en horecaondernemers in de food zijn in veel gevallen tegen.



Hoewel de groep werknemers die zicht hierover uitgesproken heeft relatief beperkt is, hebben werknemers die werkzaam zijn in de levensmiddelensector ook uiteenlopende meningen over het werken op zondag. Een deel geeft aan al op zondag te werken, terwijl een ander deel – veelal jongeren – ook wel op zondag willen werken vanwege de extra inkomsten. Hier staat tegenover dat een kleinere groep juist niet 's zondags wil werken vanwege religieuze of sociale redenen.

Bij de interpretatie van het ondernemersdraagvlak is het relevant rekening te houden met de landelijke ontwikkeling van de detailhandel. Landelijke omzetcijfers van het CBS laten zien dat de supermarktbranche – ook in de huidige crisisperiode – een omzetsijging heeft terwijl overige winkels in de levensmiddelen als ook non-food winkels een omzetsdaling hebben. Cafetaria's, snackbars e.d. kennen ook een positieve omzetsontwikkeling. Enerzijds zal het oordeel over de omzetinvloed van de zondagopenstelling van supermarkten beïnvloed/gekleurd worden door de huidige totale omzetsontwikkeling in de (overige) detailhandel (sommige ondernemers geven ook aan dat het lastig is om het omzeteffect van de zondag los te zien van andere ontwikkelingen). Anderzijds geldt wel zondagopenstelling de positie van zelfstandige winkeliers niet heeft versterkt. Kijken we naar de werkgelegenheidsontwikkeling in Enschede, dan zien we wel dat supermarkten die op zondag open zijn in 2011-2012 een iets sterkere groei hebben van het aantal werkzame personen (wat in lijn is met dat supermarktondernemers vergeleken met 2011 iets vaker opgeven te kiezen voor meer personeel dan voor meer uren voor huidig personeel). Bij de overige levensmiddelendetailhandel is de werkgelegenheid ook gegroeid, zij het dat deze toename volledig gedragen wordt door parttimers. Deze verandering zal zeer waarschijnlijk mede samenhangen met de huidige economische omstandigheden, waarbij vaker 'gekozen' wordt voor minder vaste fulltime arbeidskrachten en meer parttime personeel.

Zijn bij de ondernemers de posities van voor en tegen op hoofdlijnen vergelijkbaar met 2011, anders is dit bij de consument. Het draagvlak voor de zondagopenstelling van supermarkten is onder de Enschedese bevolking gegroeid. Oriëntatie, gebruik en acceptatie zijn in 2013 groter dan in 2011. Zo is het aandeel Enschedeërs dat nooit op zondag naar de supermarkt gaat afgenomen van 39 procent in 2011 naar 26 procent in 2013. Hoewel de functie grotendeels wel hetzelfde gebleven, namelijk vooral gebruikt voor de vergeten boodschappen of voor impulsaankopen (bijvoorbeeld in verband met mooi weer), is de gemiddelde besteding per supermarktbezoek gegroeid van € 25 naar € 29. Dat het draagvlak voor de zondagopenstelling van de supermarkten onder Enschedeërs groter is geworden, blijkt ook duidelijk uit de groei van het aandeel voorstanders van 34 procent in 2011 naar 46 procent in 2013. Enschedeërs lijken meer gewend aan de openstelling. Al geldt ook hier dat er nog steeds voor- en tegenstanders zijn. Het meest evidente onderscheid is zichtbaar bij leeftijd. Jongeren zijn vaker voor, ouder vaker tegen.

Anders dan in 2011 is in 2013 ook gekeken naar het draagvlak van de zondagopenstelling van supermarkten in Enschede onder inwoners van de regio Twente (excl. Enschede) en de Duitse grensregio. Eenvijfde van de Twentenaren geeft aan wel eens op zondag een supermarkt in Enschede te bezoeken, bij de Duitsers is dat ongeveer een derde. De bezoekfrequentie is wel duidelijk lager en beperkt zich vooral tot een of enkele malen per jaar. Bij beide bezoekgroepen is het bezoekmotief wel iets anders dan bij Enschedeërs. Het accent ligt minder op de vergeten boodschappen en meer op het doelgericht boodschappen doen of de combinatie met binnenstadsbezoek.

Bijlagen



Bijlage 1. Overzicht verleende ontheffingen

Verleende ontheffingen winkeltijden t.b.v. zondagopenstelling (september 2011 – september 2012):

1. Jumbo supermarkt, Noorderhagen 75 (centrum)
2. Slagerij Zitouna, Lipperkerkstraat 20 (centrum)
3. Lidl, Slijpsteen 11-15 (centrum)
4. Emte, Kuipersdijk 118 (centrum)
5. Albert Heijn, H.J. van Heekplein 63 (centrum)
6. Jumbo Supermarkt, Brouwerijplein 55 (noord)
7. Albert Heijn, Rijnstraat 20 (noord)
8. Coop Supermarkt, Rijnstraat 84 (noord)
9. Emte, Johan Wijnoldstraat 125-127 (noord)
10. Coop Supermarkt Ter Wengel, Beckumerstraat 13 (west)
11. Emte, Wethouder Nijhuisstraat 280 (west)
12. C1000 Theo Janssen, Burg. M. van Veenlaan 100 (west)
13. C1000 Lochan, Schoolstraat 60 (oost)
14. Albert Heijn, Noord Esmarkerrondweg 421 (oost)
15. Nettorama, Spaansland 15 (oost)
16. Sam's Toko, Spaansland 15 (oost)
17. Lidl, Brinkstraat 336 (oost)
18. Emte, Lage Bothofstraat 161 (oost)
19. C1000 Kay Beumers, Chrysantstraat 4 (oost)
20. Vishandel Je Maatje, Wesselernering 36-37 (zuid)
21. C1000 Wesselerbrink, Wesselernering 21 (zuid)
22. Emte, Het Oosterveld 10 (zuid)
23. Albert Heijn, Kevelhamhoek 71/73 (zuid)

Verleende ontheffingen winkeltijden t.b.v. zondagopenstelling (september 2012 – september 2013):

1. Jumbo supermarkt, Noorderhagen 75 (centrum)
2. Lidl, Slijpsteen 11-15 (centrum)
3. Emte, Kuipersdijk 118 (centrum)
4. Albert Heijn, H.J. van Heekplein 63 (centrum)
5. Jumbo Supermarkt, Brouwerijplein 55 (noord)
6. Albert Heijn, Rijnstraat 20 (noord)
7. Coop Supermarkt, Rijnstraat 84 (noord)
8. Emte, Johan Wijnoldstraat 125-127 (noord)
9. Lidl supermarkt, Zonstraat 48 (noord)
10. Coop Supermarkt Ter Wengel, Beckumerstraat 13 (west)
11. Emte, Wethouder Nijhuisstraat 280 (west)
12. C1000 Theo Janssen, Burg. M. van Veenlaan 100 (west)
13. C1000 Lochan, Schoolstraat 60 (oost)
14. Albert Heijn, Noord Esmarkerrondweg 421 (oost)
15. Nettorama, Spaansland 15 (oost)
16. Sam's Toko, Spaansland 15 (oost)
17. Lidl, Brinkstraat 336 (oost)
18. Emte, Lage Bothofstraat 161 (oost)
19. C1000 Kay Beumers, Chrysantstraat 4 (oost)
20. C1000 Wesselerbrink, Wesselernering 21 (zuid)
21. Emte, Het Oosterveld 10 (zuid)



22. Albert Heijn, Kevelhamhoek 71/73 (zuid)
23. Lidl supermarkt, Wesselernering 2B (zuid)

Verleende ontheffingen winkeltijden t.b.v. zondagopenstelling (september 2013 – september 2014):

1. Jumbo supermarkt, Noorderhagen 75 (centrum)
2. Lidl, Slijpsteen 11-15 (centrum)
3. Emte, Kuipersdijk 118 (centrum)
4. Albert Heijn, H.J. van Heekplein 63 (centrum)
5. Jumbo Supermarkt, Brouwerijplein 55 (noord)
6. Albert Heijn, Rijnstraat 20 (noord)
7. Coop Supermarkt, Rijnstraat 84 (noord)
8. Emte, Johan Wijnoltsstraat 125-127 (noord)
9. Lidl supermarkt, Zonstraat 48 (noord)
10. Albert Heijn, Zonstraat 28 (noord)
11. C1000 Theo Janssen, Burg. M. van Veenlaan 100 (west)
12. Emte, Wethouder Nijhuisstraat 280 (west)
13. C1000 Lochan, Schoolstraat 60 (oost)
14. Albert Heijn, Noord Esmarkerrondweg 421 (oost)
15. Nettorama, Spaansland 15 (oost)
16. Sam's Toko, Spaansland 15 (oost)
17. Albert Heijn, Gronausestraat 1130 (oost)
18. Lidl, Brinkstraat 336 (oost)
19. Emte, Lage Bothofstraat 161 (oost)
20. C1000 Kay Beumers, Chrysantstraat 4 (oost)
21. C1000 Wesselerbrink, Wesselernering 21 (zuid)
22. Albert Heijn, Kevelhamhoek 71/73 (zuid)
23. Lidl supermarkt, Wesselernering 2B (zuid)



Bijlage 2. Uitleg burgerschapstijlen

Doelgroepen van beleid en communicatie worden doorgaans onderscheiden op basis van 'harde', sociodemografische kenmerken zoals leeftijd, opleiding en geslacht. Burgers verschillen echter ook meer algemeen in de manier waarop zij in het leven staan, ongeacht bijvoorbeeld hun leeftijd, opleiding of geslacht. Vaak zijn deze 'softe' kenmerken van burgers zelfs het meest bepalend voor hun opvattingen, attitudes en gedrag. Mentality biedt een segmentatiemodel dat juist met name gericht is op deze subjectieve beleving van burgers. Mentality is de naam van het onderzoeksprogramma waarmee waarden en leefstijlen in de Nederlandse bevolking evenals trends in het sociaal-culturele klimaat in kaart worden gebracht. Dit heeft tot een segmentatiemodel geleid waarin acht sociale milieus kunnen worden onderscheiden met een eigen kijk op het leven. Elk sociaal milieu heeft specifieke opvattingen over doelen die de moeite waard zijn om na te streven in het leven, opvattingen over werken, over sociale relaties, vrije tijd en consumeren. Ook de manier waarop sociale milieus aankijken tegen de overheid en de maatschappij, en de rol die men daarin wil spelen, verschilt. Daarmee heeft elk sociaal milieu een eigen burgerschapstijl.

Er worden vier burgerschapstijlen onderscheiden:

1. plichtsgetrouwen;
2. verantwoordelijken;
3. pragmatici;
4. buitenstaanders.

Plichtsgetrouwen

Burgers met deze burgerschapstijl zijn sterk maatschappelijk betrokken, met name bij de directe leefomgeving en de lokale overheid. Zij worden gedreven door hun plichtsbesef en gezagsgetrouwheid en zijn dus in principe bereid zich te schikken naar het overheidsbeleid. Ze zien in de overheid een autoriteit die zij respecteren en die weet wat goed is voor de burger.

Verantwoordelijken

De verantwoordelijken worden gedreven door maatschappelijke betrokkenheid en de 'publieke zaak'. Zij voelen zichzelf hiervoor in hoge mate verantwoordelijk. Zij zien de overheid als een belangrijk instrument om die publieke zaak te dienen en nemen een coöperatieve maar kritische houding aan ten aanzien van de overheid. Vaak werken verantwoordelijken zelf ook bij de overheid, of bijvoorbeeld in charitatieve instellingen en de journalistiek. Men is doorgaans ook goed geïnformeerd over overheidsbeleid.

Pragmatici

De pragmatici zijn utilitaire individualisten met een sterke materialistische gedrevenheid. Niet de publieke zaak maar het eigen belang staat voorop en dit uit zich in selectieve interesse voor overheidsbeleid. Men filtert informatie van de overheid op relevantie voor hun eigen positie. Als het niet relevant is, wordt er verder geen aandacht aan besteed. Men is dus op onderdelen betrokken bij de overheid en geïnformeerd over overheidsbeleid. Over het algemeen is deze groep minder negatief over de overheid dan de buitenstaanders, ook al is men zeker niet volgzaam (zoals de plichtsgetrouwen) en is men het zeker niet altijd eens met de overheid.

Buitenstaanders

Burgers met deze burgerschapstijl zijn weinig maatschappelijk betrokken maar worden wel veelal gedreven door een behoefte aan maatschappelijke erkenning. Men voelt zich echter meestal niet erkend door de overheid, men voelt zich buitengesloten.



Hiermee hangt samen dat men over het algemeen weinig vertrouwen heeft in de overheid, weinig interesse heeft voor het overheidsbeleid en negatief staat tegenover maatschappelijke verplichtingen.