

Koopstromenonderzoek Randstad en Noord-
Brabant 2021

Onderzoeksverantwoording



Inleiding

Dit document beschrijft de onderzoeksverantwoording van het Koopstromenonderzoek 2021 in de Randstad, Noord-Brabant, Rivierenland en de gemeenten Almere en Lelystad.

Achtereenvolgens komen aan bod:

- de vragenlijst;
- de steekproef;
- de dataverzameling;
- de dataverwerking en weging;
- de koppeling aan (genormeerde) bestedingscijfers;
- de toevoeging van toeristische bestedingen;
- het gebruik van aanbodcijfers (Locatus);
- het gebruik van werkgelegenheidscijfers (Lisa);
- de benchmarking;
- de onderzoeksresultaten KSO2021;
- de vergelijkbaarheid resultaten met (Randstad) KSO2016 en KSO2018;
- het gebruik van onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek.

KSO 2021 in het kort

Het doel van het KSO2021 is een actueel beeld van het ruimtelijk koopgedrag en het gebruik van voorzieningen in de sfeer van vrije tijd in de Randstad en Noord-Brabant door middel van consumentenonderzoek. De basis is een enquête over bezoekgedrag onder een steekproef van 187.273 inwoners van de Randstad en Noord-Brabant, Rivierenland, de gemeenten Almere en Lelystad en randgemeenten in Nederland en België. De enquêteresultaten zijn (na weging) gecombineerd met standaard bestedingscijfers (INretail e.a.) om de omvang van de bestedingen in gemeenten (winkels en online) en de bestedingen in winkels in specifieke winkelgebieden te kunnen schatten. Verder zijn daar cijfers over toeristische bestedingen in winkels aan toegevoegd.

Vragenlijst

Doorontwikkeling vragenlijst

De vragenlijst voor het KSO2021 is opgesteld in samenspraak met de begeleidingscommissie, bestaande uit vertegenwoordigers van de provincies Utrecht, Noord-Holland, Zuid-Holland en Noord-Brabant, en een klankbordgroep van enkele deelnemende gemeenten en specifiek deskundige organisaties. De vragenlijst sluit aan bij de landelijke richtlijnen in IPO-verband, wat onder andere betekent dat de 'yesterday' -methode is gebruikt en dat onderscheid kan worden gemaakt naar branches.

De belangrijkste veranderingen (ten opzichte van 2018) zijn:

- verdere optimalisering van aanduiding winkellocaties;
- verkorting invulduur door (technische) aanpassing vraagstelling (o.a. split runs);
- verdieping van vragen over combinatiebezoek en aankoopgedrag online;
- toevoeging van vragen over ruimtelijk gedrag gebruik horecavoorzieningen ('horecastromen');
- toevoeging van vragen over koopgedrag voor en na de coronacrisis.

Aansluiting branche-indeling

De artikelgroepen (branches) in de enquête zijn zo gekozen dat de consument zich gemakkelijk herkent in de artikelen en de uitkomsten geconfronteerd kunnen worden met het winkelaanbod uit de Locatus database. De in de enquête gevraagde artikelgroepen zijn ingedeeld in drie primaire sectoren: de dagelijkse sector (boodschappen doen), de recreatieve sector en de doelgerichte sector (zie figuur 1). De laatste twee sectoren vormen samen de niet-dagelijkse sector.

Figuur 1 De in de vragenlijst opgenomen artikelgroep, gekoppeld aan de clusters en sectoren

	BRANCHES AANBOD	BRANCHES KSO
	Dagelijkse sector Dagelijks	dagelijks
Niet dagelijkse sector	Recreatief Mode & Luxe Vrije tijd	mode huishoudelijk sport- en spel media en hobby
	Doelgericht In & om het huis	elektronica doe-het-zelf woninginrichting tuinartikelen en planten

Yesterday-methode

In de vragenlijst is per artikelgroep gevraagd waar men de laatste keer een bepaald artikel heeft gekocht. Deze methode heeft het voordeel dat recht wordt gedaan aan alle potentiële winkelgebieden en aan online aankoopgedrag. De yesterday-methode geeft een meer precieze schatting van het ruimtelijk koopgedrag dan de everyday-methode ('meestal' of 'doorgaans') omdat ook kleinere winkelgebieden een kans krijgen in beeld te komen. Dat voordeel is er overigens alleen bij een omvangrijke steekproef. De kans dat een toevallig winkelgebied een te groot gewicht krijgt, wordt verkleind door in het geval van frequente(re) aankopen (boodschappen, mode) ook te vragen waar men deze artikelen de één na laatste keer kocht. Ook de mogelijke invloed op de resultaten door de specifieke dag waarop wordt geënquêteerd of de enquête wordt ingevuld, wordt zo geringer. Indien er twee winkelgebieden zijn aangegeven, is voor boodschappen aan de laatst bezochte locatie het gewicht van 54 procent gegeven en aan de één na laatste locatie 46 procent. Deze verhouding is bepaald met behulp van de enquêtevraag hoe € 100,- zou worden verdeeld over deze locaties. Op dezelfde wijze zijn de verhoudingsgetallen voor aankopen van mode bepaald. Deze komen op 53 procent (eerste locatie) en 47 procent (tweede locatie).

Beoordeling winkelgebieden

In de vragenlijst wordt onderscheid gemaakt tussen de beoordeling van winkelgebieden naar drie bezoekmotieven: in het geval van doen van boodschappen, het kopen van mode en luxe en het kopen van artikelen in een selectie van doelgerichte artikelgroepen.

Aandacht voor online

Het online winkelen is het afgelopen decennium gegroeid. Voor de gebruikswaarde van het onderzoek is het dan ook van groot belang een actueel en volledig inzicht te geven in online bestedingen en aankoopgedrag. In de eerste plaats is dit ingevuld door internet (als 'aankooplocatie') op te nemen in de lijst met winkelgebieden. Dit betekent dat de oriëntatie op internet automatisch wordt vertaald in bestedingen, aangezien de gehanteerde bestedingskengetallen ook inclusief internetuitgaven zijn (zowel in Nederland als in het buitenland). Hiermee is het mogelijk de economische waarde en effecten van online koopstromen te bepalen.

Respondenten die één van de artikelen de laatste keer online kochten, is een aantal extra vragen gesteld, zoals om welk type webwinkel het gaat (pure webwinkel of online aankoop bij winkel die ook fysiek bezocht kan worden) en of de aankoop is bezorgd of opgehaald (en in geval van mode of ze deels is teruggestuurd).

Opgemerkt moet worden dat de online bestedingen in het KSO volledig worden beschouwd als afvloeiing. We weten immers niet of de online bestedingen (deels) weer terugvloeien naar lokale ondernemers, via multichannel. In de praktijk zal, uitgaande van de verhouding puur online ten opzichte van multichannel, een groot deel (puur online) ook daadwerkelijk afvloeiing zijn. Een ander deel (multichannel) zal indirect terechtkomen bij fysieke winkels in of buiten de eigen gemeente. Niet elke online besteding gaat dus 'ten koste van' fysieke winkels.

Vragenlijst in detail

De vragenlijst bestaat uit een kwantitatief en een kwalitatief deel. Het doel van het kwantitatieve deel is om de ruimtelijke koopstromen in kaart te brengen, niet alleen in de detailhandel, maar ook bij het gebruik van voorzieningen voor met name horeca en enkele andere voorzieningen in het kader van combinatiebezoek. Het kwalitatieve deel brengt kenmerken van koopgedrag in beeld en draagt bij aan het 'begrijpen' van verschuivingen in het ruimtelijke koopgedrag.

Negen artikelgroepen

De respondenten is een negental artikelgroepen voorgelegd met de vraag waar ze deze de laatste keer hebben gekocht. In de dagelijkse sector is dit benoemd als boodschappen, met als toelichting dat het gaat om artikelen als levensmiddelen, drogisterijartikelen en schoonmaakartikelen. In de niet-dagelijkse sector gaat het om:

- mode (met als toelichting dat het gaat om artikelen zoals kleding en schoenen, maar ook sieraden, horloges, koffers en tassen, enzovoorts);
- huishoudelijke artikelen;
- sport- en spelartikelen;
- media- en hobbyartikelen;
- tuinartikelen en planten;
- elektronica;
- doe-het-zelf artikelen;
- woninginrichting.

Aandacht voor ruimtelijke oriëntatie horecagebruik

Op vergelijkbare wijze als de artikelgroepen is respondenten gevraagd waar men de laatste keer van horeca gebruik heeft gemaakt. Aanvullend is aandacht voor afhalen/bezorgen, het tijdstip (om het type horeca te kunnen herleiden) en uitgaven.



Boodschappen

Het eerste deel van de vragenlijst gaat over de winkelgebieden waar u uw **dagelijkse boodschappen** doet. Bij dagelijkse boodschappen kunt u denken aan levensmiddelen, drogisterijartikelen en schoonmaakartikelen. Graag stellen we u hierover enkele vragen.

1. Waar deed u de **laatste** keer boodschappen?

- In Utrecht
- Buiten Utrecht
- In een winkel of op de markt buiten Nederland
- Online (via internet)
- Ik doe zelf geen boodschappen

1b. In welke plaats was dat?

Klik de lijst hieronder aan. U kunt nu de juiste plaats kiezen of aanklikken.

- In het bovenste deel van de lijst staan alle woonplaatsen in de provincies Noord-Brabant, Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht en aangrenzende gemeenten of plaatsen en gemeenten net over de grens in België.
- Als het om een plaats gaat buiten dit gebied, dan kunt u in het onderste deel van de lijst de gemeente of provincie selecteren die het betreft.

Tip! U kunt (op een computer of laptop) sneller de juiste plaats in de lijst selecteren, door de eerste letters van de plaats in te toetsen.

- selecteer --
- selecteer --
- 3-Gravenmoer
- 3-Graveland
- 3-Gravendeel
- 3-Gravensande
- 1-Goye
- 1-Wiel
- 1-Zand (Nh.)
- Aalsmeer
- Aalsmeerderbrug
- Aalsijf (Gd.)
- Aalslanderveen
- Aare-Ruster
- Aartbroed
- Abbeek
- Abbenbroek
- Abbenes
- Abcoude
- Achtveld gem. Barenveld
- Achtveld gem. Leusden

iso research M&A



Winkelgebieden

Bij de vragen over waar de aankopen worden gedaan of voorzieningen worden gebruikt, kunnen respondenten een winkelgebied kiezen. Deze lijst met winkelgebieden is in eerste instantie gebaseerd op de lijst winkelgebieden die Locatus hanteert. De lijst met winkelgebieden is aan alle gemeenten voorgelegd, waarbij zij winkelgebieden konden toevoegen of een andere benaming konden geven. Uitgangspunt is dat de naam van het winkelgebied herkenbaar moet zijn voor de respondenten. Hierdoor zijn in veel gevallen ook de dominante winkels tussen haakjes opgenomen achter de naam van het winkelgebied, zoals de supermarkt.

In het onderzoeksgebied zijn alle winkelgebieden in de lijst opgenomen. Daarnaast is voor het randgebied (Nederland en België) een selectie van relevante winkelgebieden gemaakt. Voor de overige plaatsen is volstaan met de plaatsnaamaanduiding. Buiten het randgebied zijn van de provincies die deels in het onderzoeksgebied of randgebied vallen (Flevoland, Gelderland, Zeeland en Limburg) de afzonderlijke gemeenten als aankoopgebied voorgelegd. De overige provincies (Friesland, Groningen, Drenthe en Overijssel) zijn als geheel als aankoopgebied voorgelegd. Voor België is buiten de gemeenten in het randgebied geen nadere specificering toegepast.

Kwalitatief deel

Veranderingen in de ruimtelijke koopstromen vertalen zich in of hangen mede samen met kenmerken van koopgedrag. Daarom zijn in het KSO2021 aanvullende vragen opgenomen die betrekking hebben op de laatst bezochte winkelgebieden. Thema's van deze aanvullende vragen: waardering voor het winkelgebied (totaaloordeel en 12 deelaspecten), vervoermiddelgebruik, uitgaven en verblijfsduur. Aanvullend op de vragen waar de laatste keer boodschappen en mode zijn gekocht, zijn vragen gesteld over combinatiebezoeken van voorzieningen (horeca, leisure etc.).

Gemeentelijke verdieping

Gemeenten is de mogelijkheid geboden extra vragen te laten opnemen in de vragenlijst, die specifiek gericht zijn op de gemeentelijke situatie. Hiervan hebben 25 gemeenten gebruikgemaakt.

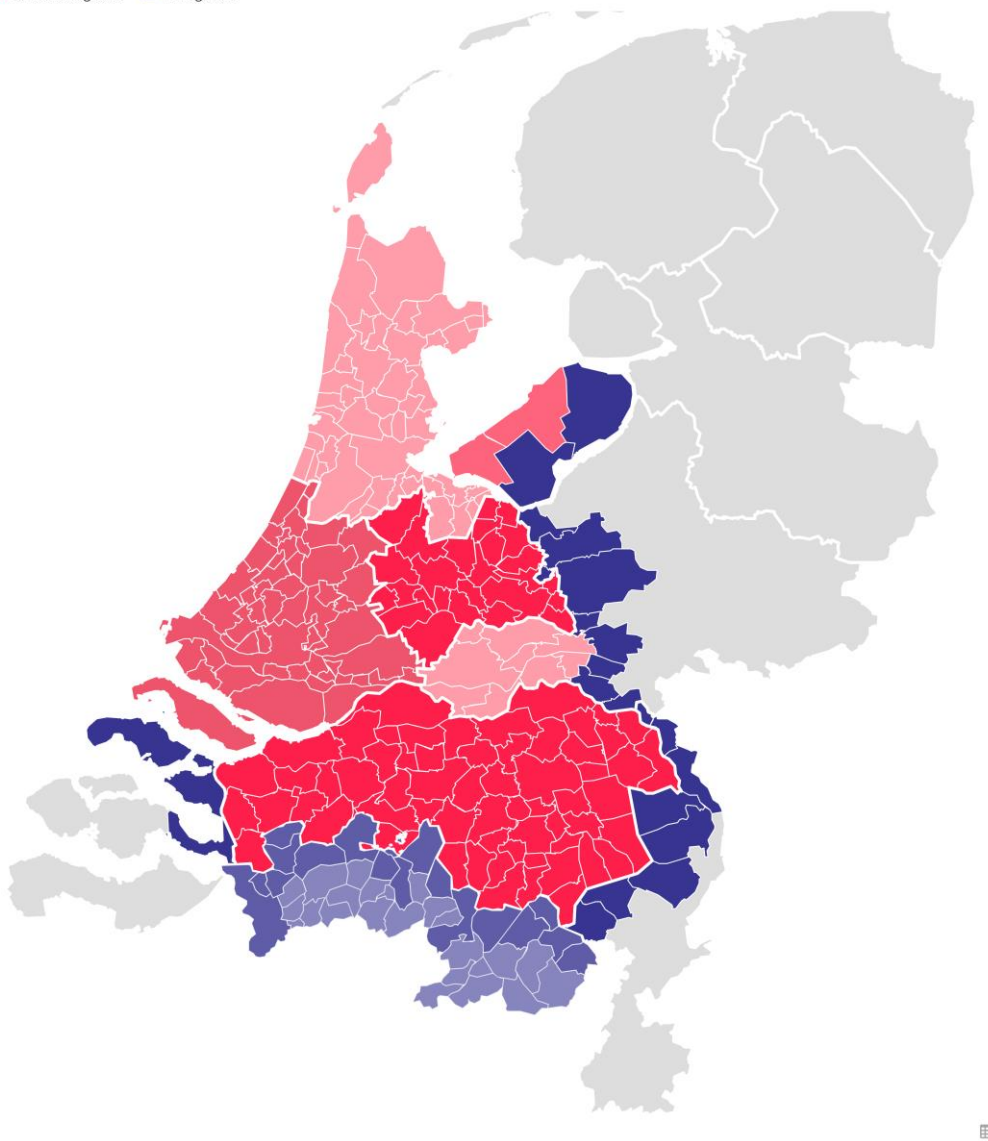
Steekproef

Onderzoeksgebied

Het onderzoeksgebied bestaat uit alle gemeenten in de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Brabant, aangevuld met de gemeenten in het Rivierenland (provincie Gelderland) en de gemeenten Almere en Lelystad (provincie Flevoland). Figuur 2 geeft het onderzoeksgebied weer. Op de kaart zijn tevens de gemeenten die tot het randgebied behoren aangegeven. In deze gemeenten is ook geënquêteerd, om de toevloeiing vanuit het randgebied naar het onderzoeksgebied te bepalen. In België is een ring van twee gemeenten diep geënquêteerd om de toevloeiing naar Noord-Brabant (nog) beter in beeld te krijgen. In totaal zijn 187.273 geslaagde enquêtes afgenomen in het onderzoeks- en randgebied.

Figuur 2 Onderzoeksgebied en randgebied¹

■ Onderzoeksgebied ■ Randgebied



¹ In de gemeente Antwerpen (B) zijn alleen de vijf meest noordelijke postcodegebieden meegenomen.

Steekproefbepaling

Bij het bepalen van de steekproefomvang voor het basisonderzoek zijn de volgende randvoorwaarden gehanteerd:

- de steekproef dient een representatieve afspiegeling te zijn van de bevolking van de in het onderzoek te onderscheiden gebieden. De gegevens dienen een betrouwbaarheid van 95 procent bij een nauwkeurigheidsmarge van 5 procent te hebben. Dit resulteert in minimaal 385 enquêtes per gebied;
- bij de steekproeftrekking dient rekening te worden gehouden met het aantal winkelgebieden per gebied, waarover het wenselijk is dat er betrouwbare uitspraken over kunnen worden gedaan. Die gegevens dienen een betrouwbaarheid van 85 procent bij een nauwkeurigheidsmarge van 5 procent te hebben. Dit resulteert in minimaal 210 enquêtes per winkelgebied.

In aanvulling op het basisonderzoek konden gemeenten de steekproef laten ophogen zodat meer gedetailleerde informatie wordt verkregen en meer winkelgebieden zichtbaar worden, dat wil zeggen voldoen aan de betrouwbaarheidsvoorwaarden.

Dataverzameling

Onderzoekverloop en aantal waarnemingen

Voor de enquête is in eerste instantie onder een aselecte steekproef een uitnodigingsbrief verspreid. Deelnemers die ingingen op die uitnodiging deden dat in principe online. Wanneer potentiële deelnemers aangaven niet over digitale middelen of mogelijkheden te beschikken, konden ze deelnemen via een telefonisch afgenomen – maar een sterk verkorte – vragenlijst. Aanvullend is de enquête afgenomen bij een aantal landelijke panels (waaronder het eigen panel van I&O Research), die deels ook internationaal opereren (België) en een aantal gemeentelijke burgerpanels. De respons die in België via panels is opgehaald is nadien nog aangevuld met gerichte telefonische enquêtering. Zodoende is, naar rato van het inwonertal, ook over alle gemeenten in het Belgische randgebied een evenwichtig verspreide respons behaald. De dataverzameling heeft plaatsgevonden van eind augustus t/m begin november 2021. Met het oog op een representatieve afspiegeling van het gemiddelde koopgedrag, is bij de verzending van de uitnodigingen rekening gehouden met een gevarieerde spreiding over de verschillende weekdays.



In totaal zijn er 187.273 geslaagde enquêtes afgenomen. In dit aantal is inbegrepen de respons van de mogelijkheid die gemeenten konden aanbieden om via een open link deel te nemen. Tabel 1 geeft de verdeling van afgenomen enquêtes per type respons weer. Tabel 2 toont de verdeling van afgenomen enquêtes per provincie en gebied.

Tabel 1 Aantal enquêtes per type respons

Type respons	Aantal enquêtes	Procentuele verdeling
Steekproef	141.401	76%
Landelijke panels	18.111	10%
Gemeentelijke panels	13.879	7%
Telefonisch	1.036	1%
Open link	12.846	7%
Totaal	187.273	100%

Tabel 2 Aantal enquêtes per gebied

Type respons	Aantal enquêtes	Procentuele verdeling
Utrecht	32.717	17%
Noord-Holland	34.572	18%
Zuid-Holland	53.265	28%
Noord-Brabant	53.346	28%
Flevoland en Almere	3.308	2%
Rivierenland	5.464	3%
Randgebied Nederland	2.028	1%
Randgebied België	2.573	1%
Totaal	187.273	100%

Gedurende de veldwerkperiode heeft continue monitoring op het aantal geslaagde enquêtes plaatsgevonden. Hierbij is de omvang en samenstelling per gemeente gemonitord. In bijna alle 196 gemeenten zijn uiteindelijk voldoende enquêtes afgenomen om hiervan voldoende betrouwbare resultaten te kunnen presenteren. Acht gemeenten in Noord-Holland behoeften enkel betrouwbare resultaten als samengestelde herkomstgebieden². Als gevolg hiervan is voor één individuele gemeente, Beemster (115), het gewenste betrouwbaarheidsniveau niet gehaald. Van de 195 zichtbare gemeenten zijn er 189 gemeenten met een betrouwbaarheid van 95 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 385 enquêtes) en 6 met een betrouwbaarheid van 85 procent/foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal 210 enquêtes). Die 6 gemeenten zijn: Blaricum (273), Renswoude (274), Oostzaan (277), Landsmeer (311), Laren (316) en Baarle-Nassau (337).

Verder zijn er in totaal 618 winkelgebieden waarover voldoende betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan. Van de 618 winkelgebieden hebben de resultaten van 456 winkelgebieden een betrouwbaarheid van 85 procent/foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal 210 waarnemingen) en 162 'indicatief' met een betrouwbaarheid van 75 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 132 waarnemingen).

² Purmerend inclusief Beemster, Koggenland en Opmeer, Landsmeer en Oostzaan en Laren en Blaricum.

Veldwerkuitvoering

Uitnodiging voor deelname

Op basis van de gestelde voorwaarden en uitgangspunten ten aanzien van de steekproefbepaling is een aselecte bruto steekproef getrokken op adres, dus op huishoudensniveau. De bruto steekproef is vervolgens gecorrigeerd op basis van verwachtingen ten aanzien van omvang en samenstelling van de geslaagde enquêtes uit internetpanels. Voor alle gemeenten is hierbij een maximum van 85 procent panelrespons ingesteld. Aan alle in de steekproef opgenomen adressen is een uitnodiging voor deelname aan het onderzoek toegezonden. Hiervoor is materiaal (briefpapier, enveloppen) van de provincies gebruikt om de respons te bevorderen. In de uitnodiging is de vraag opgenomen om deel te nemen aan KSO2021 door middel van het invullen van een online enquête. Internetadres en persoonlijke inlogcode geven toegang tot de online enquête.

Inzet van internet-, digi- en burgerpanels

Behalve de werving met behulp van uitnodigingsbrieven zijn voor de dataverzameling ook internet-, digi- en burgerpanels ingezet. In totaal zijn 18.111 enquêtes via internetpanels afgenomen. Aanvullend is gebruikgemaakt van 35 gemeentelijke burgerpanels. De totale respons bij deze panels bedroeg 13.879. Tenslotte is in alle gemeenten een 'open link' geplaatst waarmee de enquête kon worden ingevuld. De respons op deze mogelijkheid is op kwaliteit gecontroleerd (criteria onder andere reële invulduur, straight-liners, dubbele respons) en de toegelaten respons is toegevoegd aan het databestand. Het gaat hier om 12.846 (toegelaten) enquêtes.

Dataverwerking en weging

Weging en herweging

Om zorg te dragen voor de juiste onderlinge verhoudingen in het complete onderzoeks- en randgebied, is in de eerste plaats een inwonertalweging uitgevoerd. De herweging naar inwonertallen is in het onderzoeksgebied op het niveau van vier posities postcode gedaan. In de randgemeenten is gebruikgemaakt van het gemeentelijk niveau. Omdat het bij koopstromen in essentie gaat om personen die een inkomen hebben, is bij de weging gebruikgemaakt van het aantal inwoners van 15 jaar en ouder. Vervolgens is gekeken naar hoe de respons zich wat betreft achtergrondkenmerken verhoudt tot de totale populatie, om te bepalen of aanvullende herweging naar persoonskenmerken nodig is.



Uit analyse van de respons op basis van achtergrondkenmerken blijkt dat de leeftijdsverdeling en de huishoudenssamenstelling binnen de respons afwijken van die in de populatie. Daarom is hierop herwogen op gemeentelijk niveau. De verdeling op relevante achtergrondkenmerken is opgenomen in tabel 3.

Tabel 3 Kenmerken respons, ongewogen en gewogen (onderzoeksgebied)

Kenmerk	Ongewogen	Na weging	Populatie
Samenstelling huishouden			
Eénpersoons	24%	36%	39%
Eénouder gezin	4%	8%	8%
Meerpersoons, zonder kinderen	47%	26%	27%
Meerpersoons, met kinderen	25%	31%	25%
Leeftijd			
15 tot 25 jaar	2%	9%	15%
25 tot 45 jaar	21%	33%	33%
45 tot 65 jaar	39%	38%	34%
65 jaar en ouder	39%	21%	18%

Bestedingscijfers

Bepaling bestedingskengetallen

Voor de bepaling van de koopstromen is de hoogte van de bestedingen per hoofd per (sub)branche van essentieel belang. In het verleden (2011) leverde het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) cijfers over consumentenbestedingen. Omdat het HBD (sinds 2014) is opgeheven en er wel behoefte is aan algemeen geaccepteerde kengetallen, zijn er in onderlinge afstemming door onderzoeksbureaus (die ook fungeerden als opdrachtgevers) vergelijkbare kengetallen geproduceerd door Panteia, waarbij Retailinsiders de verantwoordelijkheid neemt.

Voor koopstromenonderzoeken zijn deze cijfers bruikbaar, maar niet zonder enige bewerking. Basis voor de te rapporteren gegevens zijn enerzijds de omzetcijfers (per branche) op basis van de CBS productiestatistiek en anderzijds de vraagcategorieën/artikelgroepen in de KSO-enquête. Om tot bruikbare kengetallen te komen is in het analysemodel, waarmee we de koopstromen en consumentenbestedingen berekenen, gestreefd naar de best mogelijke afstemming en integratie van deze landelijke omzetkengetallen zoals vastgelegd in de Omzetkengetallennotitie 2021 (cijfers over 2019) en de artikelgroepen.

De koppeling tussen artikelgroepen uit de enquête en de branches en branchegroepen uit de Omzetkengetallennotitie staat in tabel 4.

Tabel 4 Koppeling artikelgroepen en branches

KSO2021 artikelgroepen	Branches en branchegroepen
Boodschappen	Branche(hoofd)groep dagelijkse sector (combinatie van branchegroepen supermarkten, overige levensmiddelen en persoonlijke verzorging)
Mode	Branchegroep mode
Huishoudelijke artikelen	Branchegroep huishoudelijke artikelenzaken
Sport- en spelartikelen	Combinatie van branches sport- en kampeerzaken en speelgoedzaken
Media- en hobbyartikelen	Branchegroep hobby, spel en media, maar exclusief speelgoedzaken
Elektronica	Branchegroep wit- en bruingoed en computers
Woninginrichting	Branchegroep wonen
Doe-het-zelf artikelen	Branchegroep doe-het-zelfzaken
Tuinartikelen en planten	Combinatie van branches tuincentra en bloemenwinkels en overige tuinartikelen

De input voor het KSO2021 zijn de winkelomzetten per hoofd per jaar op basis van Omzetkengetallennotitie 2021, cijfers over 2019. Gekozen is om de cijfers uit 2019 te extrapoleren naar de situatie eind 2021 op basis van het doortrekken van de historische trend. Dit betekent dat feitelijke corona-effecten niet direct zijn meegewogen, maar is uitgegaan van een structurele trend. Dit kunnen wij verantwoorden door het feit dat enerzijds bepaalde trends zich ook ondanks corona doorzetten en anderzijds de ‘grilligheid’ van de omzetontwikkeling per hoofd wordt uitgemiddeld om langere termijn beslissingen te kunnen nemen. De extrapolatie van de artikelgroepen is uiteindelijk doorvertaald naar de hoofdsectoren dagelijks en niet-dagelijks, en binnen niet-dagelijks naar recreatief en doelgericht.

Tabel 5 Winkelomzet per hoofd extrapolatie naar 2021 (bron: t/m 2019 Omzetkengetallennotitie 2021)

Sector en artikelgroep	Winkelomzet per hoofd van de bevolking (exclusief online en btw)					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Dagelijkse sector	2.473	2.553	2.578	2.587	2.600	2.615
Niet-dagelijkse sector*	2.145	2.175	2.197	2.236	2.270	2.290
Recreatief aanbod*	1.092	1.090	1.065	1.052	1.035	1.015
Mode	597	605	583	572	560	550
Huishoudelijk	60	55	48	48	40	35
Sport en spel	106	106	104	97	93	85
Media en hobby	131	133	135	137	139	140
Doelgericht aanbod*	1.053	4.085	1.132	1.184	1.235	1.275
Tuin en planten	103	114	113	116	118	120
Elektronica	186	179	183	178	170	160
Doe-het-zelf	187	190	208	212	220	230
Woninginrichting	397	415	443	447	500	530

* Let op: in de optelling om te komen tot recreatief en doelgericht aanbod zijn ook bestedingen meegenomen die niet zijn bevraagd in het KSO

In tegenstelling tot vorige KSO's is dit keer gekozen om de omzetkengetallen exclusief btw te hanteren als input, in plaats van inclusief btw. Hierdoor sluiten de cijfers beter aan op de toepassing en landelijke kengetallen, omdat deze altijd exclusief btw zijn.

Omdat de landelijke omzetkengetallen (winkelomzet) uitsluitend betrekking hebben op de fysieke omzet in winkels in Nederland, en dus niet gaan over bestedingen van inwoners in Nederland in winkels en online, is de winkelomzet opgehoogd om online mee te kunnen nemen in de totale 100 procent bestedingen (binding en afvloeiing). In eerdere KSO's was de ophoging met de online bestedingen geraamd op basis van de omzet in Nederlandse webwinkels (zowel multichannel als puur online). Dit was echter niet volledig, omdat de bestedingen naar buitenlandse webshops (zoals Zalando of AliExpress) nog niet volledig in beeld zijn bij het CBS. In KSO2021 is de ophoging geraamd op basis van het in het KSO2021 gemeten online aandeel afvloeiing per artikelgroep, om het totale bestedingskengetal inclusief online vollediger in beeld te krijgen.

Voorbeeldberekening ophoging online

De winkelomzet voor mode in 2021 bedroeg (geraamd) € 550,- per hoofd (exclusief btw). Uit het onderzoeksgebied van KSO2021 volgt dat 36 procent van de aankopen in mode via online gaan. Dit betekent dat de totale bestedingen per hoofd (exclusief btw, maar inclusief online) € 861,- bedragen (berekeningen = $550/1-0,36$).

De bovenstaande methodiek is gevalideerd met feitelijke online omzetcijfers van het CBS, in combinatie met informatie van Thuiswinkel.org, GFK, en buitenlandse bestedingen binnen de EU van het CBS. Hieruit blijkt dat de in het KSO2021 gehanteerde kengetallen in dezelfde orde van grootte liggen als een combinatie van bestaande bronnen.

Op basis van bovenstaande methodiek zijn ook de cijfers van 2016 en 2018 (voor de Randstad) opnieuw berekend, zodat een zuivere vergelijking van absolute bedragen ontstaat.

Tabel 6 Gehanteerde bestedingscijfers per hoofd KSO2021

Sector en artikelgroep	Bestedingen per hoofd gehanteerd in KSO2021 (inclusief online, exclusief btw)		
	2016	2018	2021
Dagelijkse sector	2.513	2.663	2.772
Niet-dagelijkse sector*	2.778	2.969	3.317
Recreatief aanbod*	1.515	1.556	1.610
Mode	806	830	861
Huishoudelijk	69	58	45
Sport en spel	135	140	123
Media en hobby	230	243	255
Doelgericht aanbod*	1.264	1.413	1.707
Tuinartikelen en planten	106	118	126
Elektronica	291	318	339
Doe-het-zelf	194	219	244
Woninginrichting	456	528	

* Let op: in de optelling om te komen tot recreatief en doelgericht aanbod zijn ook bestedingen meegenomen die niet zijn bevestigd in het KSO

Om de richting van de totale niet-dagelijkse koopstromen te bepalen, en daarbinnen recreatief en doelgerichte aankopen, kan uitsluitend worden uitgegaan van de gevraagde artikelgroepen en dus niet van 'overig niet-dagelijks' of andere 'overige subbranches'. Dat betekent dat de koopstromen worden bepaald door het aandeel van de 8 artikelgroepen in de niet-dagelijkse sector, exclusief 'overig'. Wel zijn in de totalen de bestedingen van de 'overige' branches meegenomen, om toch een compleet beeld te krijgen van de bestedingen.

Voor de feitelijke bestedingen van respondenten zijn de bestedingsbedragen op het niveau van de gemeente gecorrigeerd voor de CBS inkomenscijfers 2020 (nieuwe reeks), die omgerekend zijn naar besteedbaar inkomen per 15+ inwoner. Daarnaast is er gerekend met een inkomenselasticiteit van 0,4 procent in de dagelijkse sector en 0,7 procent in de niet-dagelijkse sector. Dat wil zeggen 1 procent afwijking in het inkomen (ten opzichte van landelijk gemiddelde) = 0,4 procent afwijking in bestedingen in de dagelijkse sector en 0,7 procent in de niet-dagelijkse sector. In gemeenten waar het besteedbaar inkomen per 15+ inwoner op een hoger niveau dan landelijk ligt, wordt het bestedingspotentieel in positieve zin gecorrigeerd, en vice versa.

Bewerking 2016- en 2018-data

Zoals eerder aangegeven zijn de bestedingscijfers op basis van de nieuwe methodiek met terugwerkende kracht doorgerekend voor 2016 en 2018 (Randstad). In de ophoging met online is ook gebruik gemaakt van de destijds gemeten online afvloeiing per artikelgroep in 2016 en 2018. Hierdoor kan een zuivere vergelijking worden gemaakt en ontstaat een duidelijk beeld wat er na aftrek van de online afvloeiing overblijft in de fysieke winkels. Deze trend loopt dan ook gelijk met de landelijke omzetkengetallen (winkelomzet per hoofd).

Toeristische winkelbestedingen

Naast de toevloeiing vanuit het randgebied zijn er in het onderzoeksgebied toeristische winkelbestedingen die gekoppeld kunnen worden aan gemeenten. In samenspraak met de opdrachtgevende provincies is gekozen voor een aanpak waarbij de toeristische winkelbestedingen zo nauwkeurig mogelijk zijn bepaald en vervolgens toegedeeld aan gemeenten. In tegenstelling tot eerdere koopstromenonderzoeken zien we af van verdere toebedeling van toeristische winkelbestedingen binnen gemeenten naar winkelgebieden, omdat het ontbreekt aan een uniforme, modelmatige toepassing die de praktijksituatie benadert³.

Er zijn drie typen toeristische bestedingen in winkels onderscheiden: door buitenlandse toeristen, door inwoners van Nederland tijdens vakanties (met overnachting(en)) en door inwoners van Nederland tijdens toeristisch-recreatieve activiteiten. De winkelbestedingen van Nederlanders zijn door het NBTC samengesteld en aangeleverd op COROP-niveau. Het gaat om een enquêteresultaat, om zelfopgave van het bestede bedrag en is dus inclusief btw.

³ Bij het KSO 2016 en 2018 werd er voor gekozen om de toeristische bestedingen op plaatsniveau te koppelen aan de centrale winkelgebieden (binnenstad/centrum). Ondersteunende winkelgebieden en woonboulevards en overige grootschalige locaties kregen dus geen toeristische bestedingscomponent toegewezen.

Buitenlandse toeristische bestedingen

De buitenlandse toeristische bestedingen zijn geschat door de omvang (toeristische overnachtingen) te vermenigvuldigen met gemiddelde bestedingen. Voor het inkomend buitenlands verblijfstoerisme is gebruik gemaakt van het SLA – Statistiek Logiesaccommodaties – van het CBS. Het gaat dan om buitenlandse gasten die minimaal één overnachting in een Nederlandse logiesaccommodatie doorbrengen. Voor de berekening van de toeristische bestedingen in 2016 en 2018 zijn de SLA-statistieken op COROP-niveau van dat jaar gebruikt. Over 2021 waren ten tijde van de doorberekening alleen SLA-statistieken beschikbaar t/m november 2021 en op provincieniveau. De aantallen voor december 2021 zijn vervolgens geschat o.b.v. de verhouding tussen het najaar 2020 en najaar 2021. Op basis van historische verhoudingen is daarna een nadere onderverdeling van provincies naar COROP's gemaakt. De gemiddelde bestedingen van buitenlandse toeristen in Nederland zijn afkomstig uit het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) (NBTC). Voor 2016 en 2018 zijn de uitgaven aan winkelen en souvenirs per persoon per verblijf uit het OIT 2014 gebruikt, voor 2021 de voorlopige resultaten uit het OIT 2021.

De totale geraamde bestedingen in winkels door buitenlandse toeristen in het onderzoeksgebied bedragen € 167 miljoen (excl. btw). Van deze bestedingen is bekend of ze door toeristen zijn gedaan die overnachten in een hotel of in andere accommodaties (campings, recreatieparken etc.). Op basis van accommodatietype zijn de fracties bestedingen aan dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen bepaald. Hierbij is de aanname gehanteerd dat in het geval van buitenlandse toeristen die in een hotel overnachten 80 procent van de bestedingen in winkels niet-dagelijkse artikelen betreffen en dat bij de overige verblijfsaccommodaties buitenlandse toeristen 20 procent van de aankopen betrekking hebben op niet-dagelijkse artikelen. Uiteindelijk wordt 100 procent van de niet-dagelijkse buitenlandse toeristische bestedingen aan de recreatieve sector toegekend. Zodoende komen de bestedingen in de dagelijkse sector voor het gehele onderzoeksgebied uit op € 57 miljoen en in de recreatieve sector op € 110 miljoen.

Binnenlandse toeristische bestedingen tijdens vakanties

Het CVO - Continu Vakantie Onderzoek - verzamelt jaarlijks informatie over korte en lange binnenlandse (en buitenlandse vakanties) van inwoners van Nederland. Het onderzoek wordt uitgevoerd door het CBS en NBTC. De gebruikte data komen uit 2015 en 2020.

Bij de toekenning van toeristische bestedingen door inwoners van Nederland is gelet op de bestedingen van buiten naar binnen het onderzoeksgebied en vice versa. Daarnaast zijn de toeristische stromen tussen de verschillende COROP's binnen het onderzoeksgebied meegenomen. Voor bepaling van de binnenlandse toeristische bestedingen tijdens vakanties in 2016 en 2018 is de lijn van de ontwikkeling tussen 2015 en 2020 aangehouden. Voor de doorberekening van 2020 naar 2021 is gebruik gemaakt van de verhoudingen van binnenlandse gasten (SLA, op provincieniveau) tussen 2020 en 2021.

Per saldo 'verliest' het onderzoeksgebied winkelbestedingen die samenhangen met binnenlandse vakanties (minimaal één overnachting). In totaal besteedden vakantiegangers van buiten in 2021 € 41 miljoen in het onderzoeksgebied en inwoners van het onderzoeksgebied € 173 miljoen buiten het onderzoeksgebied tijdens vakanties in het binnenland. Binnen het onderzoeksgebied besteedden de inwoners € 71 miljoen tijdens vakanties (dat wordt herverdeeld onder de COROP's). De verdeling naar bestedingen in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector is op dezelfde wijze berekend als bij buitenlandse toeristische bestedingen.



Voor de uiteindelijke splitsing van niet-dagelijkse toeristische bestedingen naar de recreatieve en doelgerichte sector geldt bij binnenlands toerisme echter een andere verdeling. Hier wordt 80 procent toegekend aan recreatief en 20 procent aan doelgericht. Zodoende komt het saldo voor de binnenlandse toeristische bestedingen tijdens vakanties in het onderzoeksgebied uit op - € 98 miljoen in de dagelijkse sector, - € 27 miljoen in de recreatieve sector en - € 7 in de doelgerichte sector.

Binnenlandse bestedingen tijdens toeristisch-recreatieve activiteiten

Het CVTO - ContinuVrijeTijdsOnderzoek - van NBTC brengt het vrijetijdsgedrag van de Nederlandse bevolking in beeld. Hierbij gaat het om alle (dag)recreatieve activiteiten die worden ondernomen buiten de eigen woning en waarbij men minimaal een uur van huis is (inclusief reistijd). De peiljaren van de gebruikte data zijn 2015 en 2018. Ten behoeve van het KSO 2021 is een selectie gemaakt van uitgaven in winkels tijdens vrijetijdsactiviteiten. Winkelbestedingen tijdens toeristisch-recreatieve activiteiten worden hierbij onderscheiden in 'winkelen voor het plezier' en uitgaven in winkels tijdens overige activiteiten ('uitstapjes').

Voor bepaling van de binnenlandse bestedingen tijdens toeristisch-recreatieve activiteiten in 2016 is de lijn van de ontwikkeling tussen 2015 en 2018 aangehouden. Voor de doorberekening naar 2021 zijn de cijfers van 2018 aangehouden en is daarop een correctie toegepast met een inschatting van de impact van de coronasituatie (op basis van de openstelling van recreatieve voorzieningen en niet-essentiële winkels).

Winkelbestedingen tijdens 'winkelen voor het plezier' zijn als toeristisch-recreatieve winkelbestedingen toegevoegd aan het KSO 2021 voor zover het gaat om bestedingen van inwoners die buiten het onderzoeksgebied wonen en de uitgaven doen in het onderzoeksgebied. In totaal gaat het in 2021 om € 333 miljoen. De stroom in de andere richting, vanuit het onderzoeksgebied naar buiten is al in het KSO 2021 onderzoek opgenomen en wordt dus niet vanuit het NBTC-onderzoek toegevoegd. Voor de verdeling over de dagelijkse en niet-dagelijkse sector is het verhoudingsgetal 15 procent dagelijks en 85 procent niet-dagelijks gebruikt. Dit verhoudingsgetal is gebaseerd op de uitkomst van het KSO 2016 als het gaat om bestedingen door inwoners van het onderzoeksgebied bij een verplaatsing over grotere afstand (buiten het onderzoeksgebied en het randgebied). Binnen het onderzoeksgebied zijn de winkelbestedingen meegeteld die gedaan worden tijdens uitstapjes met ten minste 20 km reisafstand (enkele reis). In totaal gaat het hier om € 207 miljoen. De gehanteerde verdeling tussen bestedingen aan dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen is 80 procent om 20 procent. Tot slot is ook voor de doorberekening van de niet-dagelijkse bestedingen naar de subsectoren recreatief en doelgericht een verdeling van 80 om 20 procent toegepast.

Tabel 7 Overzicht verwerking toeristische componenten

Component	Bron	Verwerking	Afbakening	Verdeling dagelijks – niet-dagelijks (recreatief en doelgericht)
Buitenlands toerisme	SLA	Bij	Naar Onderzoeksgebied	Hotels 20% dagelijks en 80% niet-dagelijks, overige verblijfsaccommodaties 80% dagelijks en 20% niet-dagelijks. Niet-dagelijks 100% recreatief.
Binnenlands toerisme	CVO	Bij	Van overig Nederland naar Onderzoeksgebied	Hotels 20% dagelijks en 80% niet-dagelijks, overige verblijfsaccommodaties 80% dagelijks en 20% niet-dagelijks. Niet-dagelijks 80% recreatief, 20% doelgericht.
		Af	Van Onderzoeksgebied naar overig Nederland	Hotels 20% dagelijks en 80% niet-dagelijks, overige verblijfsaccommodaties 80% dagelijks en 20% niet-dagelijks Niet-dagelijks 80% recreatief, 20% doelgericht.
		Herverdeling	Binnen onderzoeksgebied (tussen COROP's)	Hotels 20% dagelijks en 80% niet-dagelijks, overige verblijfsaccommodaties 80% dagelijks en 20% niet-dagelijks. Niet-dagelijks 80% recreatief, 20% doelgericht.
Binnenlands toeristisch-recreatief uitstapjes	CVTO	Bij	Van overig Nederland naar Onderzoeksgebied	Uitgaande van winkelbestedingen bij: - activiteit 'winkelen voor het plezier' (15% dagelijks en 85% niet-dagelijks) - overige vrijetijdsactiviteiten (80% dagelijks en 20% niet-dagelijks). Niet-dagelijks 80% recreatief, 20% doelgericht.
		Herverdeling	Binnen Onderzoeksgebied (tussen COROP's), exclusief winkelen voor plezier	Uitgaande van winkelbestedingen bij: -overige vrijetijdsactiviteiten met minimale reisafstand van 20 km (80% dagelijks en 20% niet-dagelijks). Niet-dagelijks 80% recreatief, 20% doelgericht.

Toerekening toeristische bestedingen

Op het niveau van COROP's zijn de resultaten van de berekeningen voor de toeristische winkelbestedingen gecombineerd. Per COROP is zo bekend wat de hoogte is van het bedrag aan toeristisch-recreatieve winkelbestedingen dat moet worden herverdeeld in de vorm van afvloeiing en toevloeiing. De afvloeiing is omgerekend naar een bedrag per consument in een COROP. De toevloeiing is toegerekend naar gemeenten met behulp van werkgelegenheidscijfers in de toeristisch-recreatieve sector. De bron daarvoor is het landelijke vestigingen- en werkgelegenheidsregister Lisa⁴. Gerekend is met het aantal banen in de subsectoren logiesverstrekking, cultuur en watersport.

⁴ LISA is een databestand met gegevens over alle vestigingen in Nederland waar betaald werk wordt verricht. In dit register zijn ook werkgelegenheidsgegevens van de sector Recreatie & Toerisme opgenomen. Zie voor meer informatie www.lisa.nl.

Aanbodcijfers

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van het winkelaanbod, zijn cijfers van Locatus in het onderzoek verwerkt (peildatum: september 2016, september 2018 en september 2021). Locatus beheert een landelijk dekkend bestand met daarin voor alle winkels de branche en de winkelvloeroppervlakte.

De aanbodcijfers van Locatus zijn dus in de eerste plaats gebruikt voor een analyse van de ontwikkeling van het winkelaanbod. Daarbij komt ook leegstand aan bod. Bij leegstand gaat het om (winkel)panden waarvan het redelijkerwijs te verwachten is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumentgerichte dienstverlening zal terugkomen. KSO2021 rapporteert over het aandeel leegstaande verkooppunten en het aandeel leegstaande winkelvloeroppervlakte detailhandel. Bij de eerste indicator gaat het om de totale leegstand. Bij de tweede alleen om de leegstaande detailhandel. Voor deze laatste berekening hebben wij de formule van Locatus gehanteerd waarbij 2/3 van de totale leegstand aan de detailhandel wordt toegekend. Voor meer informatie hierover verwijzen wij naar de **notitie van de Locatus** waarin deze berekening nader wordt toegelicht.

Voor de koppeling tussen aanbodcijfers en de bestedingen in winkelgebieden is de ruimtelijke afbakening van winkelgebieden van Locatus als uitgangspunt gebruikt (vastgelegd in een shapefile). Locatus beschouwt gebieden met minimaal 5 winkels als winkelgebied. Minder dan 5 winkels betekent verspreide bewinkeling (geen concentratie, met uitzondering van supermarktcentra). De namen en afbakeningen van winkelgebieden uit Locatus zijn voorafgaand aan het veldwerk afgestemd met alle betrokken gemeenten. De gemeenten hebben de gelegenheid gekregen naar eigen inzicht andere namen en afbakeningen te hanteren, met als voorwaarde dat de naamgeving en de afbakening vanuit het perspectief van de respondent/consument logisch moet zijn. Uiteindelijk is in diverse gevallen de benaming en/of de contour van winkelgebieden van Locatus aangepast, zodat beter aansluiting gevonden kan worden met de (huidige) werkelijkheid en het KSO2021. Met Locatus is afgesproken dat in de gevallen waar dit is gebeurd in de database van Locatus een extra indicator wordt toegevoegd met de naam 'Winkelgebied conform KSO2021'.

Werkgelegenheidscijfers

De werkgelegenheidscijfers in het onderzoek zijn afkomstig van het vestigingsregister van Lisa-jaargang 2020 (peildatum: 1 april 2016, 1 april 2018 en 1 april 2020). Hiervoor zijn banen gebruikt uit de sectoren Detailhandel, Horeca en Cultuur & ontspanning. In de bijlage van deze onderzoeksverantwoording is een compleet overzicht opgenomen van de verdeling van branches en corresponderende SBI-codes naar de drie detailhandelssectoren dagelijks, recreatief, doelgericht en de sectoren horeca en cultuur & ontspanning.

Benchmarking

Om resultaten van de gemeenten en winkelgebieden goed te kunnen duiden, zijn benchmarkklassen gemaakt (zie betreffende [bijlagen voor de indeling](#)). Zo kan eenvoudig de desbetreffende gemeente of winkelgebied eenvoudig worden vergeleken met vergelijkbare gemeenten of winkelgebieden. Voor gemeenten zijn de referentieklassen gebaseerd op **stedelijkheidsgraad** (bron: CBS) en voor **winkelgebieden** is een verdeling gemaakt naar functie én grootte (bron: Locatus).

Onderzoeksresultaten KSO2021

www.kso2021.nl

Alle uitkomsten van het KSO2021 zijn digitaal ontsloten en beschikbaar. Voor het KSO2021 is een aparte website ontwikkeld, www.kso2021.nl. Op deze website is het hoofdrapport te downloaden. Ook is er meer achtergrondinformatie te vinden en worden hier aanvullende analyses geplaatst.

Online tool

Op www.kso2021.nl is een applicatie beschikbaar waarin op interactieve wijze alle onderzoeksresultaten voor de zichtbare gemeenten en winkelgebieden wordt ontsloten. Op deze pagina staat een dashboard waarop de resultaten in beeld zijn gebracht voor alle onderdelen van het onderzoek. Het dashboard bestaat uit een viertal pagina's (te weten: Omzet en bestedingen, Bezoekenmerken en waardering, Winkelaanbod en werkgelegenheid en Horeca en leisure). Men kan zelf een of meerdere gemeenten of winkelgebieden selecteren (en vergelijken). Bij de grafieken is het mogelijk om gewenste uitsplitsingen in te stellen (onder andere naar periode, branche, type bezoeker). Waar mogelijk en van toepassing worden uitkomsten vergeleken met 2016 en 2018 en met een benchmark (vergelijkbare gemeenten/winkelgebieden). De kaarten met toevloeiing (per gemeente en winkelgebied) en afvloeiing (per gemeente) zijn online benaderbaar via een kaartendashboard, uitgesplitst naar de branches dagelijks, recreatief en doelgericht. Indien gewenst kunnen de kaartbeelden opgeslagen worden als PDF of PNG-bestand.



Factsheets

Voor gemeenten en winkelgebieden (met voldoende waarnemingen) zijn factsheets gemaakt met daarop de volgende informatie:

- basiskennmerken;
- voorzieningenaanbod;
- branchering;
- werkgelegenheid;
- bestedingen en marktaandelen;
- herkomst omzet;
- bestemming bestedingen (alleen bij gemeenten);
- mode online (alleen bij gemeenten);
- horeca (alleen bij gemeenten);
- ontwikkeling binding (alleen winkelgebieden);
- waardering (alleen winkelgebieden);
- motieven (alleen winkelgebieden);
- bezoekgedrag (alleen winkelgebieden).

Deze factsheet zijn ook voorzien van een leeswijzer die beschrijft wat er op de factsheets staat en hoe u tabellen, grafieken en kaarten moet interpreteren.

De factsheets zijn samengesteld als er voldoende waarnemingen zijn gerealiseerd om betrouwbare uitspraken te kunnen doen. Dit houdt in dat er factsheets zijn gemaakt van 195 gemeenten en 618 winkelgebieden in het onderzoeksgebied. Voor de factsheets van de winkelgebieden geldt dat in een aantal gevallen onderdelen van de factsheet niet gevuld zijn. Dit kan te maken hebben met het ontbreken van bijvoorbeeld omzet in de dagelijkse of niet-dagelijkse sector, het ontbreken van winkelaanbodgegevens (doordat het gaat om een winkelgebied dat in 2016 of 2018 niet bestond of niet in het onderzoek voorkwam). Verder geldt voor diverse winkelgebieden dat de omvang van de bestedingen niet overeenkomt met het aanbod in een bepaalde ondervertegenwoordigde sector. Daarom wordt in die gevallen voor die sector een begrensde omzet in de factsheet opgenomen. Dit kan bijvoorbeeld gelden voor woonboulevards waar geen winkels in de dagelijkse sector aanwezig zijn en voor solitaire detailhandelsvestigingen.

Vergelijkbaarheid resultaten met KSO2016 en KSO2018

Conform het 'Afsprakenkader landelijke richtlijnen Koopstromenonderzoek (2019)' van het IPO hanteert dit onderzoek de yesterday-methode. Daarbij brengen we koopstromen in kaart door naar de laatste winkelgebieden te vragen (en bij hoogfrequente aankopen zoals boodschappen en mode ook na de een-na-laatste). In 2016, 2018 en 2021 is gebruik gemaakt van de yesterday-methode, waardoor de vergelijking methodologisch zuiver is.

In KSO2021 is het onderzoeksgebied ten opzichte van KSO2016 en KSO2018 wel drastisch gewijzigd. In 2016 en 2018 betrof het uitsluitend de Randstad met aanvullend een randgebied (aangrenzende gemeenten). In 2021 is naast de Randstad ook de provincie Noord-Brabant, de gemeenten in het Rivierenland en Almere en Lelystad structureel onderdeel geworden van het onderzoeksgebied, aangevuld met een nieuw randgebied (gemeenten in Gelderland, Limburg en België).

Het gevolg van bovenstaande wijziging van het onderzoeksgebied is dat de vergelijkingen tussen 2016, 2018 en 2021 uitsluitend betrekking hebben op het Randstadgebied, terwijl de analyses en conclusies over de huidige situatie (2021) betrekking hebben op het (nieuwe) onderzoeksgebied. Dit betekent dat de koopstroomcijfers voor sommige gemeenten wat kunnen verschillen in de uitkomsten (bijvoorbeeld door meer toevloeiing als gevolg van een groter onderzoeksgebied). Het advies is om bij toepassing altijd uit te gaan van de koopstromen op basis van het hele onderzoeksgebied (in 2021).

Gebruik onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek

Doordat producten steeds meer via internet worden aangekocht, wordt in koopstromenonderzoek internet ('online') integraal als aankoopkanaal meegenomen. Dit houdt in dat wanneer koopstromen in percentages worden uitgedrukt, de koopkrachtbinding + koopkrachtafvloeiing naar fysieke winkels + koopkrachtafvloeiing naar internet 100 procent van de koopstromen is. De omzet per hoofd ligt als gevolg daarvan ook hoger dan doorgaans gepresenteerd in DPO's (winkelomzet per hoofd aan fysieke winkels). Door de primaire advies- en onderzoeksbureaus is in de Omzetkengetallennotitie afgesproken dat in berekeningen uitgegaan dient te worden van de winkelomzet per hoofd (toonbankbestedingen), omdat de online bestedingen (nog) niet volledig gemeten worden door het CBS. Tot die tijd is omrekening van de relatieve koopstromen noodzakelijk om een goede koppeling met de landelijke (winkel)omzetkengetallen te maken. De werkwijze is afgesproken en vastgelegd in de jaarlijkse Omzetkengetallen, met als laatste editie Omzetkengetallen 2020 (uitgebracht juli 2021)



A Verdeling werkgelegenheid naar subsectoren

Tabel 8 Overzicht verdeling branches (met corresponderende SBI-codes) naar subsectoren

Sector	SBI	Branche omschrijving	
Dagelijks	47.11	Supermarkten	
	47.21	Agf speciaalzaken	
	47.22.1	Slagerijen	
	47.22.2	Poeliers	
	47.23	Viswinkels	
	47.24.1	Brood- en banketzaken	
	47.24.2	Snoep en chocolaterieën	
	47.25	Slijterijen	
	47.26	Tabak- en gemakzaken	
	47.29.1	Kaas- en delicatessenwinkels	
	47.29.2	Biologische winkels	
	47.29.3	Buitenlandse levensmiddelenzaken	
	47.29.9	Speciaalzaken in overige voedings- en genotmiddelen	
	47.74.1	Drogisterijen	
	47.75	Parfumerieën	
	Recreatief	47.19.1	Warenhuizen
		47.51	Algemene textielzaken
		47.59.4	Muziekhandel
		47.59.5	Huishoudelijke artikelenzaken
		47.59.6	Huishoudelijke artikelenzaken
47.59.7		Huishoudelijke artikelenzaken	
47.61		Boekhandels	
47.62		Kantoorboek- en vakhandel	
47.63		CD-winkels	
47.64.1		Tweewielerspeciaalzaken	
47.64.2		Sport- en kampeerszaken	
47.64.3		Sport- en kampeerszaken	
47.64.4		Sport- en kampeerszaken	
47.65		Speelgoedzaken	
47.71.1		Herenmode	
47.71.2		Damesmode	
47.71.3		Dames- en herenmode	
47.71.4		Baby- en kindermode	
47.71.5		Baby- en kindermode	
47.71.6		Bodyfashion	
47.71.7		Modeartikelen en bijouterieën	
47.71.8		Textielsupermarkten	
47.72.1		Schoenenzaken	
47.72.2		Lederwarenzaken	
47.76.3		Dierenspeciaalzaken	
47.77		Juweliers	
47.78.1		Fotozaken	
47.78.2		Optiekwaken	

Sector	SBI	Branche omschrijving	
Doelgericht	47.19.2	Winkels met een algemeen assortiment non-food (geen warenhuizen)	
	47.41	Computershops	
	47.42	Telecomwinkels	
	47.43	Elektronicawinkels	
	47.52.1	Speciaalzaken in ijzerwaren en gereedschappen	
	47.52.2	Verf en behangzaken	
	47.52.3	Bouwmarkten en winkels alg. assortiment	
	47.52.4	Kurk en parketzaken	
	47.52.5	Keuken- en badkamerzaken	
	47.52.6	Kurk en parketzaken	
	47.52.7	Keuken- en badkamerzaken	
	47.52.8	Bouwmarkten en winkels alg. assortiment	
	47.53	Woningtextielzaken	
	47.54	Electronicawinkels	
	47.59.1	Meubel- en slaapspeciaalzaken	
	47.59.2	Verlichtingszaken	
	47.59.3	Gemengde woonzaken	
	47.74.2	Winkels in medische en orthopedische artikelen	
	47.76.1	Bloemenwinkels	
	47.76.2	Tuincentra	
	47.78.3	Winkels in schilderijen, lijsten, prenten, kunstvoorwerpen en religieuze artikelen	
	47.78.9	Winkels gespecialiseerd in overige artikelen (rest)	
	47.79.1	Winkels in antiek	
	47.79.2	Winkels in tweedehands kleding	
	47.79.3	Winkels in tweedehands goederen (geen kleding)	
	Horeca	55.1	Hotels e.d.
		56.1	Restaurants, cafetaria's e.d.
56.3		Cafés	
Cultuur en Ontspanning	59.14	Bioscopen	
	90.04	Theaters, schouwburgen en evenementenhallen	
	91.01.1	Openbare bibliotheken	
	91.02.1	Musea	
	92.00.1	Loterijen en kansspelen (geen amusementsautomaten)	
	93.13	Fitnesscentra	
	93.14.4	Bowlen, kegelen, biljarten e.d.	
93.14.6	Sportscholen		

I&O Research Enschede

Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede
T (053) 200 52 00
E info@ioresearch.nl
KvK-nummer 08198802

I&O Research Amsterdam

Piet Heinkade 55
1019 GM Amsterdam
T (020) 308 48 00
E info@ioresearch.nl