

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2023

# Onderzoeksverantwoording



## Inleiding

Dit document beschrijft de onderzoeksverantwoording van het Koopstromenonderzoek 2023 in Oost-Nederland. 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 KSO2023;
- de vergelijkbaarheid resultaten met KSO2019 en eerder;
- het gebruik van onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek.

### KSO 2023 in het kort

Het doel van het KSO2023 is een actueel beeld van het ruimtelijk koopgedrag en het gebruik van voorzieningen in de sfeer van vrije tijd in Oost-Nederland door middel van een consumentenonderzoek. De basis is een enquête over bezoekgedrag onder een steekproef van 70.813 inwoners van de provincies Drenthe, Flevoland (excl. Almere en Lelystad), Gelderland (excl. Rivierenland), Overijssel en Nederlandse randgemeenten. De enquêteresultaten zijn (na weging) gecombineerd met standaard bestedingscijfers (INretail e.a.) om de omvang van de bestedingen in gemeenten (winkels, horeca en online) en de bestedingen in winkels in specifieke winkelgebieden te kunnen schatten. Verder zijn daar cijfers over toeristische bestedingen in winkels en horeca aan toegevoegd.

## Vragenlijst

### Doorontwikkeling vragenlijst

De vragenlijst voor het KSO2023 is opgesteld in samenspraak met de begeleidingscommissie, bestaande uit vertegenwoordigers van de provincies Drenthe, Flevoland, Gelderland en Overijssel en een klankbordgroep van enkele deelnemende gemeenten. 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 2019) zijn:

- indeling van sectoren, van 'dagelijks/niet-dagelijks' naar 'dagelijks/recreatief/doelgericht';
- nadere ruimtelijke en kwantitatieve uitwerking en rapportage van horecastromen;
- verdieping van vragen over horecabezoek en aankoopgedrag online;
- verdere optimalisering van aanduiding winkellocaties.

## 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 vier primaire sectoren: de dagelijkse sector (boodschappen doen), de recreatieve- en doelgerichte sector (samen de niet-dagelijkse sector) en de sector horeca (zie figuur 1).

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

	BRANCHES KSO	ARTIKELGROEPEN
Sector niet-dagelijks	<b>Sector dagelijks</b> Dagelijks	levensmiddelen persoonlijke verzorging
	<b>Sector recreatief</b> Mode & Luxe	mode huishoudelijk sport en spel media en hobby
	<b>Sector doelgericht</b> In & Om het huis	elektronica doe-het-zelf woninginrichting tuinartikelen en planten
	Detailhandel Overig	detailhandel overig
	<b>Sector horeca</b> Horeca	dranken eten fastfood koffie en desserts horeca overig

## 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 niet meer weg te denken uit het koopgedrag. 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 dit keer voor het eerst ook voor horeca. 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), uitgaven en beoordeling van specifieke aspecten op het gebied van horeca.

The image shows a survey interface with three main sections. The top section features a photograph of a shopping cart filled with groceries, with a 'KSO' logo in the top right corner and a shopping cart icon in the bottom left. Below the photo is the title 'Boodschappen' and a short introductory text: '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.' Below this is a progress bar at 0%.

The middle section is titled '1. Waar deed u de laatste keer boodschappen?' and contains a list of radio button options: 'in Hengelo (Ov)', 'Buiten Hengelo (Ov)', 'in een winkel of op de markt buiten Nederland', 'Online (via internet)', and 'ik doe zelf geen boodschappen'. A progress bar at the bottom of this section is at 0%.

The bottom section is titled '1c. In welk winkelgebied in Hengelo (Ov) heeft u de laatste keer boodschappen gedaan?' and features a dropdown menu with a list of shopping locations. The dropdown is open, showing a scrollable list of names and addresses such as 'Centrum Hengelo (Sinnenstad, Thiemsbrug)', 'Deuringerstraat/Sloetsweg', 'Jumbo (Woolerijweg)', 'Mocartaan/Bethovenstraat', 'Dienzaalsestraat', 'Oude Molenweg', 'Plein Westermaat', 'Steenbergenstraat', 'Warbelkenweg', 'Westermaat Zuid/Wegtersweg', 'Winkelcentrum Groot Driene', 'Winkelcentrum Hart van Zuid', 'Winkelcentrum Hasselo/Hasselers Es', 'Winkelcentrum Hengelse Es', and 'Winkelcentrum Stangenbeek'. A progress bar at the bottom right of this section is at 2%.

### *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 Duitsland) 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 (Groningen, Friesland, Noord-Holland, Utrecht, Noord-Brabant en Limburg) de afzonderlijke gemeenten als aankoopgebied voorgelegd. De overige provincies (Zuid-Holland en Zeeland) zijn als geheel als aankoopgebied voorgelegd. Voor Duitsland 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 KSO2023 aanvullende vragen opgenomen die betrekking hebben op de laatst bezochte winkelgebieden. Thema's van deze aanvullende vragen: waardering voor het winkelgebied (totaaloordeel en 13 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*

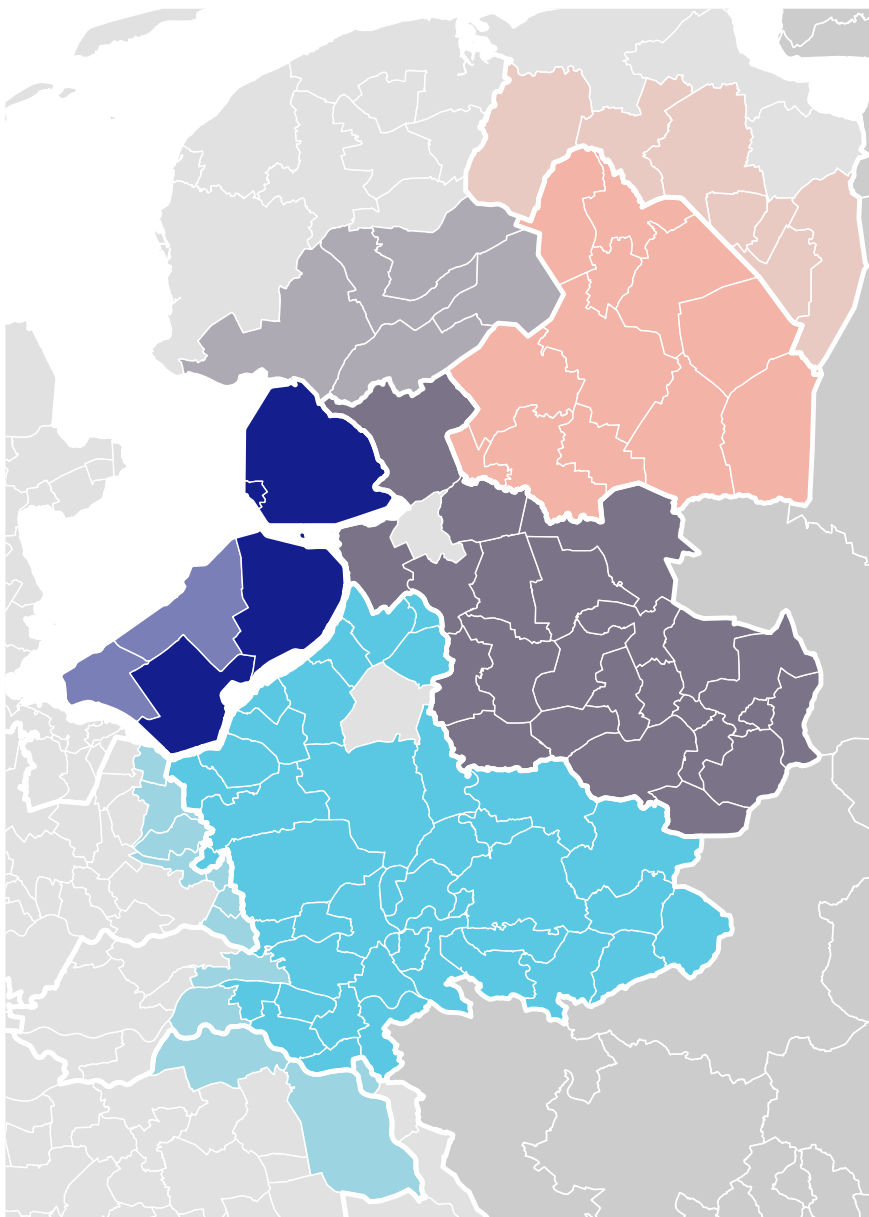
Gemeenten is de mogelijkheid geboden extra vragen te laten opnemen in de vragenlijst, die specifiek gericht zijn op de gemeentelijke situatie. Hiervan hebben 11 gemeenten gebruikgemaakt.

# Steekproef

## Onderzoeksgebied

Het onderzoeksgebied bestaat uit 82 gemeenten in de provincies Drenthe, Flevoland (exclusief gemeenten Almere en Lelystad), Gelderland (exclusief gemeente Epe en regio Rivierenland) en Overijssel (exclusief gemeente Zwartewaterland). 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 totaal zijn 70.813 geslaagde enquêtes afgenomen in het onderzoeks- en randgebied.

**Figuur 2 Onderzoeksgebied en randgebied<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Onderzoeksgebied = donkere tinten | randgebied = lichte tinten.

### *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 aselechte 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 I&O Panel) en een aantal gemeentelijke burgerpanels.

De dataverzameling heeft plaatsgevonden van begin september t/m eind oktober 2023. 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 70.813 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	53.147	75%
Landelijke panels	8.689	12%
Gemeentelijke panels	3.167	4%
Telefonisch	170	0,2%
Open link	5.640	8%
<b>Totaal</b>	<b>70.813</b>	<b>100%</b>

**Tabel 2 Aantal enquêtes per gebied**

Type respons	Aantal enquêtes	Procentuele verdeling
Drenthe	10.201	14%
Flevoland	3.304	5%
Gelderland	32.145	45%
Overijssel	20.970	30%
Randgebied	4.193	6%
<b>Totaal</b>	<b>70.813</b>	<b>100%</b>

Gedurende de veldwerkperiode heeft continue monitoring op het aantal geslaagde enquêtes plaatsgevonden. Hierbij is de omvang en samenstelling per gemeente gemonitord. In 80 van de 82 gemeenten zijn uiteindelijk voldoende enquêtes afgenomen om hiervan voldoende betrouwbare resultaten te kunnen presenteren. Uitzonderingen zijn de gemeente Scherpenzeel (350) en de gemeente Rozendaal (65), waar het betrouwbaarheidsniveau niet is gehaald. Op grond van het geringe inwoneraantal was dat voor beide gemeenten op voorhand ook niet te verwachten. Gemeente Rozendaal is om die reden als samengesteld herkomstgebied met de gemeente Rheden in het onderzoek meegenomen.

Verder zijn er in totaal 241 winkelgebieden waarover voldoende betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan. Van de 241 winkelgebieden hebben de resultaten van 178 winkelgebieden een betrouwbaarheid van 85 procent/foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal 210 waarnemingen) en 63 'indicatief' met een betrouwbaarheid van 75 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 132 waarnemingen).

## Veldwerkuitvoering

### *Uitnodiging voor deelname*

Op basis van de gestelde voorwaarden en uitgangspunten ten aanzien van de steekproefbepaling is een aselechte 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 KSO2023 door middel van het invullen van een online enquête. Internetadres en persoonlijke inlogcode gaven 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 8.689 enquêtes via internetpanels afgenomen. Aanvullend is gebruikgemaakt van 8 gemeentelijke burgerpanels. De totale respons bij deze panels bedroeg 3.167. 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 5.640 (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
<b>Samenstelling huishouden</b>			
Eénpersoons	23%	35%	37%
Eénouder gezin	4%	7%	7%
Meerpersoons, zonder kinderen	48%	28%	30%
Meerpersoons, met kinderen	25%	30%	26%
<b>Leeftijd</b>			
15 tot 25 jaar	2%	11%	16%
25 tot 45 jaar	22%	31%	29%
45 tot 65 jaar	36%	36%	34%
65 jaar en ouder	40%	22%	20%

## 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 2023 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**

KSO2023 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 kampeerezaken 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 KSO2023 zijn de winkelomzetten per hoofd per jaar op basis van Omzetkengetallennotitie 2023. Gekozen is om de cijfers uit 2022 te extrapoleren naar 2023 door een inflatiecorrectie toe te passen op basis van CBS-omzetontwikkeling naar bedrijfstakken/branches. 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 2023 (bron: Omzetkengetallennotitie 2023)**

Sector en artikelgroep	Winkelomzet per hoofd van de bevolking (exclusief online en btw)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Dagelijkse sector	€ 2.587	€ 2.776	€ 2.772	€ 2.903	€ 3.158
Niet-dagelijkse sector*	€ 2.235	€ 2.115	€ 2.065	€ 2.419	€ 2.543
Recreatief aanbod*	€ 1.053	€ 871	€ 882	€ 1.125	€ 1.201
Mode	€ 572	€ 411	€ 433	€ 580	€ 626
Huishoudelijk	€ 48	€ 47	€ 38	€ 46	€ 47
Sport en spel	€ 174	€ 192	€ 177	€ 204	€ 216
Media en hobby	€ 61	€ 53	€ 49	€ 57	€ 60
Overig recreatief	€ 198	€ 168	€ 185	€ 238	€ 252
Doelgericht aanbod*	€ 1.182	€ 1.244	€ 1.172	€ 1.292	€ 1.342
Elektronica	€ 178	€ 177	€ 163	€ 178	€ 180
Woninginrichting	€ 477	€ 497	€ 491	€ 529	€ 560
Doe-het-zelf	€ 212	€ 245	€ 209	€ 228	€ 226
Tuinartikelen en planten	€ 116	€ 130	€ 128	€ 132	€ 139
Overig niet-dagelijks	€ 176	€ 170	€ 153	€ 196	€ 207
Overig doelgericht	€ 23	€ 25	€ 28	€ 29	€ 31

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

In tegenstelling tot het KSO 2019 en eerder 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). De ophoging is geraamd op basis van het in het KSO2023 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 2023 bedroeg (geraamd) € 626,- per hoofd (exclusief btw). Uit het onderzoeksgebied van KSO2023 volgt dat 35 procent van de aankopen in mode via online gaan. Dit betekent dat de totale bestedingen per hoofd (exclusief btw, maar inclusief online) € 968,- bedragen (berekeningen =  $626 / (1 - 0,35)$ ).

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 KSO2023 gehanteerde kengetallen in dezelfde orde van grootte liggen als een combinatie van bestaande bronnen. Op basis van bovenstaande methodiek zijn ook de cijfers van 2019 opnieuw berekend, zodat een zuivere vergelijking van absolute bedragen ontstaat.

**Tabel 6 Gehanteerde bestedingscijfers per hoofd KSO2023**

Sector en artikelgroep	Bestedingen per hoofd gehanteerd in KSO2023 (inclusief online, exclusief btw)	
	2019	2023
Dagelijkse sector	€ 2.663	€ 3.332
Niet-dagelijkse sector*	€ 2.905	€ 3.595
Recreatief aanbod*	€ 1.462	€ 1.819
Mode	€ 794	€ 968
Huishoudelijk	€ 57	€ 60
Sport en spel	€ 229	€ 303
Media en hobby	€ 107	€ 107
Overig recreatief	€ 275	€ 381
Doelgericht aanbod*	€ 1.443	€ 1.776
Elektronica	€ 298	€ 366
Woninginrichting	€ 560	€ 712
Doe-het-zelf	€ 222	€ 239
Tuinartikelen en planten	€ 120	€ 145
Overig niet-dagelijks	€ 215	€ 273
Overig doelgericht	€ 28	€ 40

\* Let op: in de optelling om te komen tot recreatief en doelgericht aanbod zijn ook bestedingen meegenomen die niet zijn bevraagd 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 2022 (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 2019-data*

Zoals eerder aangegeven zijn de bestedingscijfers op basis van de nieuwe methodiek met terugwerkende kracht doorerekend voor 2019 (Onderzoeksgebied KSO19). In de ophoging met online is ook gebruik gemaakt van de destijds (2019) gemeten online afvloeiing per artikelgroep. 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).

#### *Bestedingskengetallen horeca*

Nieuw in het KSO2023 is de kwantitatieve toepassing van horecastromen. Ook hiervoor zijn bestedingskengetallen opgesteld.

**Tabel 7 Horeca omzet per hoofd per jaar**

Sector	2023
Drankensector	€ 259
Fastservicesector	€ 382
Restaurantsector	€ 720
<b>Horeca (excl. hotels)</b>	<b>€ 1.361</b>

## **Toeristische winkelbestedingen**

Naast de reguliere koopstromen vanuit het onderzoeks- en randgebied zijn er in het onderzoeksgebied toeristische winkel- en horecabestedingen die gekoppeld kunnen worden aan gemeenten. Voortbordurend op eerdere koopstromenonderzoeken is gekozen voor een aanpak waarbij de toeristische winkel- en horecabestedingen zo nauwkeurig mogelijk zijn bepaald en vervolgens toegeedeeld aan gemeenten. In tegenstelling tot het KSO 2019 zien we af van verdere toebedeling van toeristische winkelbestedingen binnen gemeenten naar kernen, omdat het ontbreekt aan een uniforme, modelmatige toepassing die de praktijksituatie benadert.

Voor het KSO 2023 worden verblijfstoeristische bestedingen in winkels en horeca onderscheiden: door buitenlandse toeristen, door inwoners van Nederland tijdens vakanties (met overnachting(en)). Voorheen werden ook winkelbestedingen door Nederlanders tijdens toeristisch-recreatieve activiteiten aan het koopstromenonderzoek toegevoegd. De databron die hiervoor werd gebuikt, het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) van NBTC, is niet meer beschikbaar. Daarom is ervoor gekozen om toevloeiing van dagtoerisme uit overig Nederland (buiten het onderzoeksgebied) en uit Duitsland op een andere wijze in kaart te brengen, namelijk door gebruik van GPS-data van mobiele telefoons (Perfect Place).

### *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 2023 zijn de SLA-statistieken van dat jaar gebruikt. Over 2023 waren ten tijde van de doorberekening alleen SLA-statistieken beschikbaar t/m oktober 2023 en op provincieniveau. De aantallen voor november en december 2023 zijn vervolgens geschat op basis van historische verhoudingen. Op basis van SLA-statistieken (gasten buitenland) uit 2022, wel op COROP-niveau beschikbaar, 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 2023 zijn de uitgaven aan winkelen, souvenirs en eten en drinken per persoon per verblijf uit het OIT 2022 gebruikt.

De totale geraamde bestedingen in winkels door buitenlandse toeristen in het onderzoeksgebied bedragen € 205 miljoen (excl. btw). 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 € 49 miljoen, in de recreatieve sector op € 31 miljoen en in de horeca op € 125 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 2022 (vakanties) en (gemiddelde bestedingen). Bij de toekenning van toeristische bestedingen door inwoners van Nederland is gelet op de bestedingen van buiten naar binnen het onderzoeksgebied (inkomend) en vice versa (uitgaand).

Per saldo profiteert het onderzoeksgebied van winkel- en horecabestedingen die samenhangen met binnenlandse vakanties (minimaal één overnachting). In totaal besteedden vakantiegangers van buiten in 2023 € 410 miljoen in het onderzoeksgebied en inwoners van het onderzoeksgebied € 296 miljoen buiten het onderzoeksgebied tijdens vakanties in het binnenland. 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 - € 24 miljoen in de dagelijkse sector, € 9 miljoen in de recreatieve sector, € 3 miljoen in de doelgerichte sector en € 78 miljoen in de horeca.

### *Toerekening toeristische bestedingen*

Op het niveau van COROP's zijn de resultaten van de berekeningen voor de toeristische winkel- en horeca bestedingen gecombineerd. Per COROP is zo bekend wat de hoogte is van het bedrag aan toeristisch-recreatieve winkel- en horecabestedingen dat moet worden herverdeeld in de vorm van afvloeiing en toevloeiing. De afvloeiing is per COROP omgerekend naar een bedrag per consument. De toevloeiing is toegerekend naar gemeenten met behulp van werkgelegenheidscijfers in de toeristisch-recreatieve sector. De bron daarvoor is het landelijke vestigingen- en werkgelegenheidsregister Lisa<sup>2</sup>. Gerekend is met het aantal banen in de subsectoren logiesverstrekking, cultuur en watersport.

---

<sup>2</sup> 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](http://www.lisa.nl).



## Toevloeiing randgebied

De koopstromen houden niet op bij de grenzen van het onderzoeks- en randgebied. Voor de toevloeiing van buiten deze grenzen, zowel in Nederland als in Duitsland, is gebruik gemaakt van GPS-data van Perfect Place.

### *Gebruikte technieken*

Perfect Place verwerkt in samenwerking met PlaceSense data van mobiele telefoons om op deze wijze GDPR/AVG-proof het gedrag van bezoekers inzichtelijk te maken. Hiervoor wordt GPS-data gebruikt die verwerkt worden in apps van mobiele telefoons en waarbij de gebruiker toestemming heeft gegeven om deze data te gebruiken. Deze data is volledig geanonimiseerd, waardoor het voor onderzoeksdoeleinden gebruikt kan worden.

Doordat er wel een unieke code beschikbaar is kunnen patronen herkend worden. Hierdoor zijn uiteindelijk te bepalen waar een specifiek signaal gesignaleerd is, bijvoorbeeld in een centrumgebied, en uit welk gebied dit signaal komt. Als een signaal meerdere dagen in de week gedurende een langere periode uit een gebied komt krijgt deze het label: woonlocatie. Hiermee is de herkomst van de bezoeker en vervolgens het te bepalen.

Met een panel tussen de circa 13% en 25% van de inwoners van Nederland en Duitsland kunnen inzichten in gedrag van bezoekers voor elke locatie in deze landen inzichtelijk gemaakt worden. Er is direct minimaal 2 jaar aan historische data beschikbaar.

### *Definities*

Binnen het onderzoeksgebied van KSO23 zijn 92 winkelgebieden (86 centrumgebieden, 6 perifere locaties) waarvoor polygoon zijn getekend op een digitale kaart. In gebieden is de analyse uitgevoerd. Hiervoor zijn de volgende definities toegepast:

**Duitse dagbezoekers:** een bezoeker die een woonlocatie heeft in Duitsland, een bezoek brengt binnen het polygoon/gebied van de gemeente en geen werklocatie in deze gemeente heeft (een repeterend karakter tijdens kantooruren voor meerdere dagen per maand). Aangezien het om een recreanten gaat zal een minimale verblijfstijd van meer dan 30 minuten aangehouden worden.

**Nederlandse dagbezoekers:** bezoekers in het onderzoeksgebied met een verblijfsduur van meer dan 30 minuten. Reden voor het tijdslog is om hiermee zo veel mogelijk passanten niet mee te nemen in de totaal inschatting van bezoekers.

- Vraagstelling is gebaseerd op bezoekers die dagbezoeker zijn met name gericht op retail/recreatief.
- Aangehouden tijdslog: 8:00 – 20:00
- Aangehouden bezoekduur van > 30 minuten en < 4 uur aan.
- Voor bepalen % worden alle bezoekers meegenomen ook die uit de eigen gemeente komen



## Output

- Per onderzoeksgebied wordt de verhouding inzichtelijk gemaakt tussen Nederlandse en Duitse bezoekers en bezoekers buiten het onderzoeksgebied.
- Er vindt een rapportage plaats van de verhoudingen voor de eerste 3 kwartalen van 2023
- Gezien de wens voor dagbezoekers worden bezoekers die in hetzelfde kwartaal minimaal twee aansluitende dagen in het onderzoeksgebied zijn geweest buiten beschouwing gelaten. Hiermee worden de toeristen zo veel mogelijk uitgesloten en is deze uitkomst gericht op de dagbezoekers.

## Aanbodcijfers

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van het winkelaanbod, zijn cijfers van Locatus in het onderzoek verwerkt (peildatum: 31 december 2015, 31 december 2019 en 1 oktober 2023). 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. KSO2023 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 KSO2023.

## Werkgelegenheidscijfers

De werkgelegenheidscijfers in het onderzoek zijn afkomstig van het vestigingsregister van Lisa, jaargang 2022 (peildatum: 1 april 2015, 1 april 2019 en 1 april 2022). 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), voor [kernen](#) op basis van inwonertal (bron: CBS) en voor [winkelgebieden](#) is een verdeling gemaakt naar functie én grootte (bron: Locatus).

## Onderzoeksresultaten KSO2023

### Website

Alle uitkomsten van het KSO2023 zijn digitaal ontsloten en beschikbaar. Voor het KSO2023 is een aparte webpagina beschikbaar, [www.koopstromen.nl/oost](http://www.koopstromen.nl/oost). Op deze website is het hoofdrapport te downloaden. Ook is er meer achtergrondinformatie te vinden en worden hier aanvullende analyses geplaatst.

### Online tool

Via [www.koopstromen.nl/oost](http://www.koopstromen.nl/oost) 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 2019 en met een benchmark (vergelijkbare gemeenten/kernen/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, doelgericht en horeca. Indien gewenst kunnen de kaartbeelden opgeslagen worden als PDF of PNG-bestand.



## Factsheets

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

- basiskenmerken;
- voorzieningenaanbod;
- branchering;
- werkgelegenheid;
- bestedingen en marktaandelen;
- herkomst omzet;
- bestemming bestedingen (alleen bij gemeenten en kernen);
- online aankopen (alleen bij gemeenten en kernen);
- toeristische toevloeiing (alleen bij gemeenten en kernen);
- ontwikkeling binding (alleen winkelgebieden en kernen);
- waardering (alleen bij winkelgebieden);
- motieven (alleen bij winkelgebieden);
- bezoekgedrag (alleen bij 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 81 gemeenten en 241 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 2019 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 KSO2019 en eerder

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 2019 is ook gebruik gemaakt van de yesterday-methode, waardoor de vergelijking methodologisch zuiver is.

Het gevolg van bovenstaande wijziging van het onderzoeksgebied is dat de vergelijkingen tussen 2019 en 2023 uitsluitend betrekking hebben op een specifiek gebied, terwijl de analyses en conclusies over de huidige situatie (2023) betrekking hebben op het gehele (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 2023).

## 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 de Omzetkengetallennotitie 2023 (uitgebracht juli 2023)



## A Verdeling werkgelegenheid naar subsectoren

Tabel 8 7verzicht 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		

### **Ipsos I&O Enschede**

---

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

### **Ipsos I&O Amsterdam**

---

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