

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2019

# Begrippenlijst



## Begrippenlijst KSO2019

### **Aankoopplaats (aankooplocatie)**

Plaats waar men koopt. Hierbij kan het in dit onderzoek gaan om een aankooplocatie, plaats/kern, gemeente, regio of provincie. Er zijn verschillende soorten fysieke aankooplocaties waarnaar onderscheid gemaakt kan worden: centrale winkelgebieden (binnensteden, stadscentra), ondersteunende winkelgebieden (stadsdeel-, wijk- en buurtwinkelcentra) en grootschalige winkelgebieden (woonboulevards en andere locaties met grootschalige detailhandel). Naast de fysieke winkelgebieden zijn er ook warenmarkten en er zijn ook niet ruimtelijke/fysieke 'aankoopplaatsen' zoals online winkels.

### **Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)**

De mate waarin de bevolking buiten de eigen gemeente, regio of provincie koopt. Dat wordt in dit onderzoek uitgedrukt als de totale bestedingen van inwoners buiten hun eigen gemeente, regio of provincie of als percentage van het totale bestedingspotentieel van inwoners.

*Afvloeiing offline:* de mate waarin de bevolking buiten de eigen gemeente in fysieke winkels koopt; uitgedrukt als percentage van het totale bestedingspotentieel.

*Afvloeiing online:* de mate waarin de bevolking online bij webwinkels koopt; uitgedrukt als percentage van het totale bestedingspotentieel.

### **Artikel- en branchegroepen**

In het onderzoek worden twee sectoren onderscheiden: dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen. Tot de dagelijkse artikelen behoren levensmiddelen, drogisterij artikelen, alcoholische dranken, tabak en schoonmaakartikelen. De niet-dagelijkse sector bestaat uit drie branchegroepen, elk opgebouwd uit meerdere (aan consumenten voorgelegde) artikelgroepen: mode en luxe (mode, huishoudelijke artikelen), vrije tijd (sport en spel, media en hobby) en in en om het huis (elektronica, doe-het-zelf artikelen, woninginrichting, tuinartikelen en planten). De categorie 'overig niet-dagelijks' is het verschil tussen de optelling van de branchegroepen en de totale niet-dagelijkse sector.

### **Bestedingspotentieel**

Totaal aan detailhandelsbestedingen die door inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Berekend door inwonertal te vermenigvuldigen met gemiddelde (landelijke) besteding per hoofd van de bevolking, gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied.



### **Binding (koopkrachtbinding)**

De mate waarin de bevolking in de eigen gemeente, regio of provincie koopt. Wordt in dit onderzoek uitgedrukt als de totale bestedingen die inwoners in de eigen gemeente, regio of provincie doen of als percentage van het bestedingspotentieel.

### **Combinatiebezoek**

Het combineren van modeaankopen in een winkelgebied met het bezoek aan andere voorzieningen in dat winkelgebied.

### **Detailhandelsbestedingen (draagvlak)**

Totaal aan gerealiseerde winkelbestedingen gegenereerd door de bezoekers van een aankoopplaats, bestaande uit consumentenbestedingen van bewoners (binding) en van overige bezoekers uit andere gemeenten (toevloeiing). Berekend door het aantal klanten te vermenigvuldigen met gemiddelde landelijke besteding per hoofd van de bevolking (incl. BTW), gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied.

Voor detailhandelsbestedingen in gemeenten en centrale winkelgebieden zijn waar van toepassing ook **toeristische winkelbestedingen** toegevoegd aan de detailhandelsbestedingen.

De toeristische bestedingen in winkels zijn opgebouwd uit drie componenten: winkelbestedingen door buitenlandse toeristen, door inwoners van Nederland tijdens vakanties (met overnachting(en)) en door inwoners van Nederland tijdens toeristisch - recreatieve activiteiten. Meer informatie hierover is te vinden in de toelichting van de onderzoeksmethode.

### **Horecadichtheid**

Het aantal verkooppunten horeca ten opzichte van het aantal inwoners.

### **Koopstroom**

De mate waarin men in een aankoopplaats bepaalde artikelen koopt (detailhandelsbestedingen), naar plaats van herkomst.

### **Leegstand**

Hierbij 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. Leegstand detailhandel is het aandeel leegstaande winkelvloeroppervlakte detailhandel ten opzichte van de totale winkelvloeroppervlakte detailhandel incl. leegstand (berekend met correctiefactor Locatus). Leegstand verkooppunten geeft het aandeel leegstaande verkooppunten ten opzichte van het totale aantal verkooppunten weer. Leegstand verkooppunten geeft het aandeel leegstaande verkooppunten ten opzichte van het totale aantal verkooppunten (inclusief groepen leegstand, detailhandel, transport en brandstof, leisure en diensten) weer.



**Toevloeiing (koopkrachttoevloeiing)**

De mate waarin een aankoopplaats koopstromen aantrekt vanuit een andere gemeente, regio of provincie. Wordt in dit onderzoek uitgedrukt als de totale detailhandelsbestedingen die bezoekers van buiten een gemeente, regio of provincie doen of als percentage van de totale detailhandelsbestedingen (draagvlak) en uitgesplitst naar herkomst.

**Verzorgingsfunctie**

Verhouding tussen consumentenomzet detailhandel en het aantal inwoners.

**Vloerproductiviteit**

Gemiddelde detailhandelsbestedingen (inclusief BTW) per vierkante meter winkeloppervlak.

**Winkeldichtheid**

Het aantal winkels dat een gemeente of kern telt ten opzichte van de bevolkingsomvang.

**Winkelgebied**

Een winkelgebied is een cluster met ten minste vijf winkels.

**Winkelvloeroppervlak (WVO)**

De effectieve verkooppriimte in een winkel, uitgedrukt in vierkante meters. In het rapport wordt gesproken over winkelaanbod. Hierbij gaat het om het aantal winkels en aantal m2 WVO exclusief leegstand.



### **I&O Research Enschede**

---

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