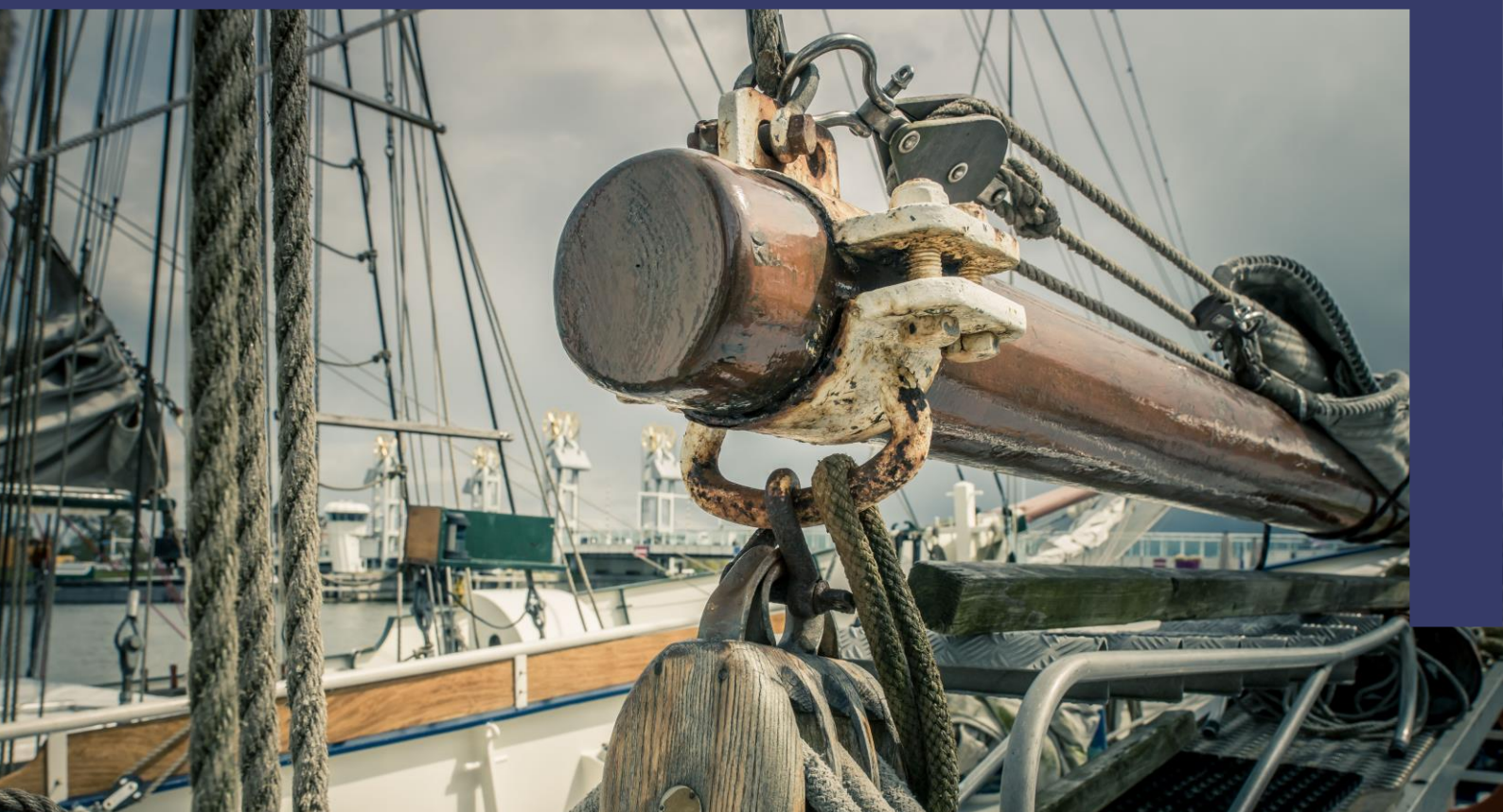


Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2019

---

# Onderzoeksverantwoording



## Inleiding

Dit document beschrijft de onderzoeksverantwoording van het Koopstromenonderzoek 2019 in Oost-Nederland (KSO2019). 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 KSO2019;
- de vergelijkbaarheid resultaten met KSO2015;
- het gebruik van onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek.

### KSO2019 in het kort

Het doel van het KSO2019 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 consumentenonderzoek. De basis is een enquête over bezoekgedrag onder een steekproef van 60.227 inwoners van Oost-Nederland en randgemeenten in Nederland en Duitsland. 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 aankooplocaties te kunnen schatten. Verder zijn daar cijfers over toeristische bestedingen in winkels in centrumlocaties aan toegevoegd. Deze nieuwe totalen zijn gecombineerd met aanbodgegevens van Locatus om op basis van de gemiddelde winkelbestedingen per winkelmeter een indicatie te kunnen geven van het economisch functioneren van aankooplocaties.

## Vragenlijst

### Doorontwikkeling vragenlijst

De vragenlijst voor het KSO2019 is opgesteld in samenspraak met de begeleidingscommissie, bestaande uit vertegenwoordigers van de provincies Overijssel, Drenthe en Gelderland, van enkele deelnemende gemeenten en van specifiek deskundige organisaties. De belangrijkste veranderingen (ten opzichte van 2015) zijn:

- overstappen van de everyday-methode naar de yesterday-methode, om aan te sluiten bij landelijke richtlijnen in IPO-verband;
- een andere branche-indeling in de niet-dagelijkse sector;
- optimalisering aanduiding winkellocaties;
- verkorting invulduur door (technische) aanpassing vraagstelling;
- opnemen vragen over bezoek voorziening, in combinatie met winkelen en over gebruik van voorzieningen in de sfeer van vrije tijd.



Het overstappen naar de yesterday-methode en de andere branche-indeling heeft consequenties voor de vergelijkbaarheid van de resultaten van 2019 met die uit 2015 (zie paragraaf [Vergelijkbaarheid resultaten met KSO2015](#)).

### Aansluiting branche-indeling

De artikelgroepen (branches) in de enquête zijn zo gekozen dat de uitkomsten geconfronteerd kunnen worden met de hoofdindelingen van het winkelaanbod die Locatus hanteert: dagelijks en niet-dagelijks en binnen niet-dagelijks Mode en Luxe, In en om het huis, Vrije tijd en Overig niet-dagelijks (zie figuur 1).

In 2015 is niet gevraagd naar Sport en spel en Media en hobby en was mode uitgesplitst in kleding en schoenen.

Dagelijkse sector	
Branches aanbod	Branches koopstromen
Dagelijks	Dagelijks

Niet-dagelijkse sector	
Branches aanbod	Branches koopstromen
Mode en luxe	Mode en luxe Huishoudelijke artikelen
Vrije tijd	Sport en spel Media en hobby
In en om het huis	Elektronica Doe-het-zelfartikelen Woninginrichting Tuinartikelen en planten

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

### Optimalisatie 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 aankooplocaties 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 aankooplocaties een kans krijgen in beeld te komen. Dat voordeel is er overigens alleen bij een omvangrijke steekproef. De kans dat een toevallige aankooplocatie 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 aankooplocaties zijn aangegeven, is voor boodschappen aan de laatst bezochte locatie het gewicht van 56 procent gegeven en aan de één na laatste locatie 44 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 54 procent (eerste locatie) en 46 procent (tweede locatie).

### Beoordeling aankooplocaties

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 'in en om het huis' artikelen.



## 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 aankooplocaties. Dit betekent dat de oriëntatie op internet automatisch wordt vertaald in bestedingen, aangezien de gehanteerde bestedingskengetallen ook inclusief internetuitgaven zijn. 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).

## 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 vrije tijd. 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);
- huishoudelijke artikelen;
- sport- en spelartikelen;
- media- en hobbyartikelen;
- tuinartikelen en planten;
- elektronica;
- doe-het-zelf artikelen;
- woninginrichting.



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

1. Waar heeft u de laatste keer boodschappen gedaan?

In Enschede

Buiten Enschede

In een winkel of op de markt buiten Nederland

Online (via internet)

Ik doe geen boodschappen

1b. In welke plaats was dat?

Als u de lijst hieronder aanklikt, kunt u de juiste plaats selecteren.

- Het bovenste deel van de lijst bevat plaatsen in de provincies Overijssel, Gelderland en Drenthe en in de direct aangrenzende gemeenten of plaatsen in het Duitse grensgebied.
- 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.

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.

Heerenberg  
Heerdeboek  
Haarje  
Havelte  
Loo Oudeboek  
Loo Ekeboom  
De Ekeboom  
De Veldhorst  
Aalder  
Aalder (kam)  
Achterveld gem. Bameveld  
Aalder  
Agello  
Almarig  
Albergen  
Almelo  
Almelo  
Almer  
Almer  
Almer (St.)  
Almer gem. De Wullen  
Almer gem. Hoogveen  
Almer gem. Noordveld  
Almer Delden  
Almer  
Amersfoort  
Andelen  
Ane  
Amersfoort

### *Acht voorzieningen voor vrije tijd*

De respondenten konden voor acht voorzieningen aangeven waar ze deze de laatste keer hebben bezocht:

- restaurant of eetcafé;
- café of terras;
- bioscoop/filmhuis;
- museum;
- theater;
- evenement;
- toeristische attractie;
- fitnesscentrum/sportschool.

### *Aankooplocaties*

Bij de vragen over waar de aankopen worden gedaan of voorzieningen worden gebruikt, kunnen respondenten een 'aankooplocatie' kiezen. Deze lijst met aankooplocaties is in eerste instantie gebaseerd op de lijst aankooplocaties die Locatus hanteert. De lijst met aankooplocaties is aan alle gemeenten voorgelegd, waarbij zij aankooplocaties konden toevoegen of een andere benaming konden geven.

In het onderzoeksgebied zijn alle aankooplocaties in de lijst opgenomen. In het randgebied (Nederland en Duitsland) is bij grotere plaatsen een onderscheid gemaakt naar binnenstad/centrum, 'elders' en 'onbekend'. Voor de overige plaatsen is volstaan met de plaatsaanduiding. Buiten het randgebied is over het algemeen een provincie als aankoopgebied voorgelegd, maar in de provincies die deels in het onderzoeksgebied vallen (Gelderland en Flevoland) ook afzonderlijke gemeenten.

### *Kwalitatief deel*

Veranderingen in de ruimtelijke koopstromen vertalen zich in of hangen mede samen met kenmerken van koopgedrag. Daarom zijn in het KSO2019 aanvullende vragen opgenomen die betrekking hebben op de laatst bezochte aankooplocaties voor (1) boodschappen (2) mode en luxe (3) en in en om het huis. Thema's van deze aanvullende vragen: waardering voor de aankooplocatie (totaaloordeel en 14 deelaspecten), vervoermiddelgebruik, bezoekfrequentie en – duur. Aanvullend op de vragen waar de laatste keer boodschappen en mode zijn gekocht, zijn vragen gesteld over het tegelijkertijd bezoeken 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 heeft een drietal gemeenten gebruikgemaakt.

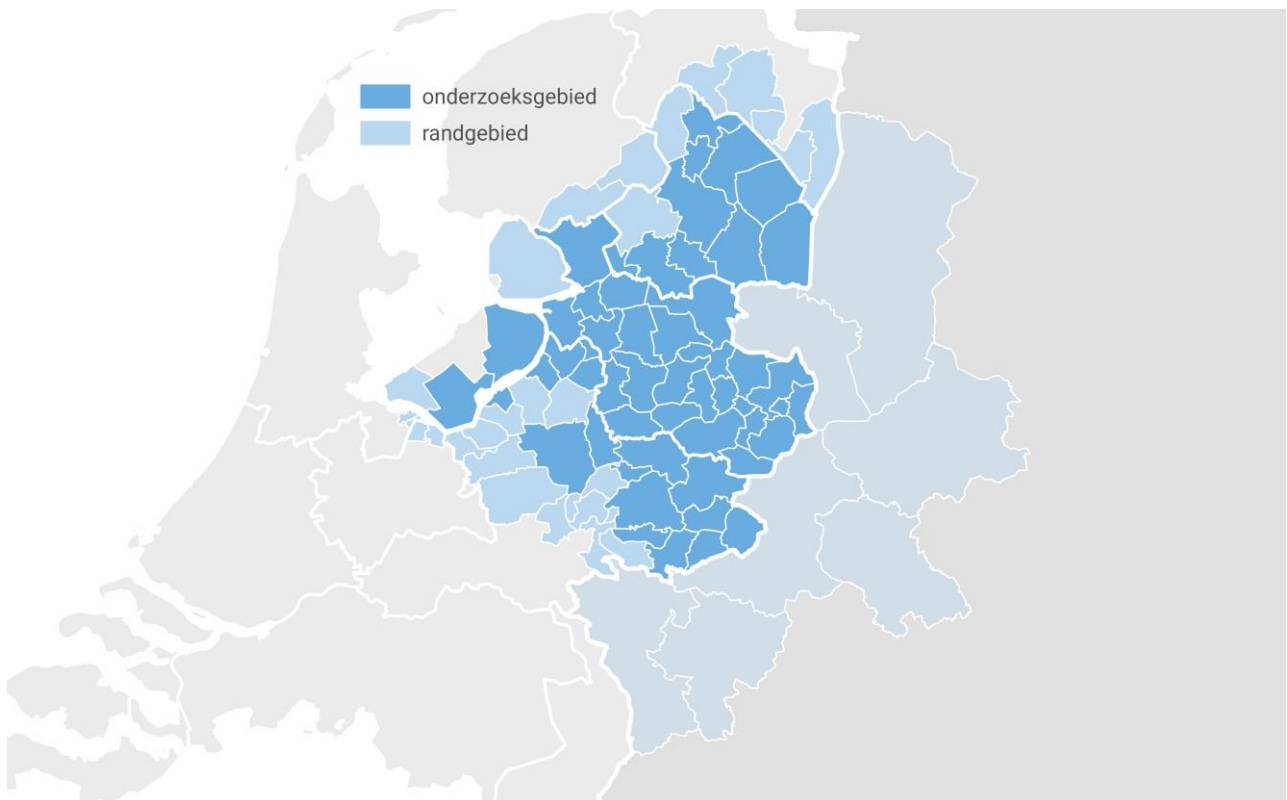


# Steekproef

## Steekproefkader

### Onderzoeksgebied

Het onderzoeksgebied bestaat uit 53 gemeenten in Overijssel, Drenthe, Gelderland en 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.



**Figuur 2 Onderzoeksgebied en randgebied**

### 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 aankooplocaties 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 aankooplocatie.

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

### **Toevloeiing randgebied**

De koopstromen houden niet op bij de grenzen van het onderzoeksgebied. Voor de toevloeiing uit de gemeenten direct buiten het onderzoeksgebied is daarom in het randgebied geënquêteerd. Dit randgebied bestaat uit de eerste ring van gemeenten buiten de het onderzoeksgebied, zowel in Nederland als in Duitsland.

## **Dataverzameling**

### **Onderzoekverloop en aantal waarnemingen**

De enquête is in eerste instantie afgenomen bij een aantal landelijk panels (waaronder het eigen panel van I&O Research), die deels ook internationaal opereren (Duitsland) en een aantal gemeentelijke burgerpanels. Daarnaast is 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. De dataverzameling heeft plaatsgevonden in oktober, november en december 2019, met een bescheiden uitloop in de eerste week van 2020. In totaal zijn er 60.227 geslaagde enquêtes afgenomen. In dit aantal is inbegrepen de respons op een recent koopstromenonderzoek in de gemeente Groningen (randgebied) en de respons op 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 1 Aantal enquêtes per type respons**

Type respons	Aantal enquêtes	Procentuele verdeling
Steekproef	45.270	75%
Landelijke panels	6.021	10%
Gemeentelijke panels	4.213	7%
Telefonisch	242	0,4%
Open link	4.481	7%
<b>Totaal</b>	<b>60.227</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 alle 53 gemeenten zijn uiteindelijk voldoende enquêtes afgenomen om hiervan voldoende betrouwbare resultaten te kunnen presenteren. De resultaten van deze gemeenten hebben allen een betrouwbaarheid van 95 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 385 enquêtes).

Verder zijn er in totaal 97 kernen en 177 aankooplocaties waarover voldoende betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan:

- Aankooplocaties: van de 177 aankooplocaties hebben de resultaten van 129 aankooplocaties een betrouwbaarheid van 85 procent/foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal



210 waarnemingen) en 48 'indicatief' met een betrouwbaarheid van 75 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 132 waarnemingen).

- Kernen: van de 97 kernen hebben de resultaten van 79 kernen een betrouwbaarheid van 85 procent/foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal 210 waarnemingen) en 18 'indicatief' met een betrouwbaarheid van 75 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 132 waarnemingen).

Verder geldt voor diverse kernen en aankooplocaties dat het aantal waarnemingen in de dagelijkse sector onvoldoende groot is om hier resultaten over op te nemen. Dit kan bijvoorbeeld gelden voor woonboulevards waar geen winkels in de dagelijkse sector aanwezig zijn en voor solitaire detailhandelsvestigingen.

## **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. 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 KSO2019 door middel van het invullen van een online enquête. Internetadres en persoonlijke inlogcode geven toegang tot de online enquête.

### *Inzet van internetpanels*

Behalve de werving met behulp van uitnodigingsbrieven zijn voor de dataverzameling ook internetpanels ingezet. In totaal zijn 6.021 enquêtes via internetpanels afgenomen. Aanvullend is gebruikgemaakt van acht gemeentelijk burgerpanels. De totale respons bij deze panels bedroeg 4.213. Tenslotte is in sommige 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 4.481 (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 leeftjidsverdeling 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 2.

**Tabel 2 Kenmerken respons, ongewogen en gewogen (onderzoeksgebied)**

Kenmerk	Ongewogen	Na weging	Populatie
<b>Samenstelling huishouden</b>			
Eénpersoons	20%	33%	34%
Eénouder gezin	4%	7%	7%
Meerpersoons, zonder kinderen	49%	29%	31%
Meerpersoons, met kinderen	27%	31%	28%
<b>Leeftijd</b>			
15 tot 25 jaar	2%	12%	15%
25 tot 45 jaar	21%	29%	28%
45 tot 65 jaar	42%	38%	37%
65 jaar en ouder	35%	21%	20%

### Herweging respons uit Duitsland

Bij de eerste analyse bleek dat een groot deel van de respondenten de vraagstelling niet juist had geïnterpreteerd en een ‘waar koopt u als u Nederland bezoekt’ -vraag had gelezen en niet een ‘waar koopt u’ – vraag. Daarom is aanvullend een korte enquête afgenomen onder Duitse consumenten om te bepalen welk deel in Nederland koopt. Deze uitkomsten zijn gebruikt om de oorspronkelijke uitkomsten te herwegen, waarbij de richting van de bestedingen is overgenomen uit de eerste enquête en de hoogte van de bestedingen (de daadwerkelijke toevloeiing) uit de tweede.

### 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 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 INretail 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) 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 INretail-cijfers en KSO2019.

Het vertrekpunt voor deze berekening zijn de omzetcijfers in de detailhandel per hoofd per branche(groep), zoals opgenomen in de rapportage Omzetkengetallen 2018. Dit is de omzet in winkels en in webwinkels. Daaraan wordt de geldende btw (zelfde bron) toegevoegd.



Uitgezonderd van deze berekening, is de omzet in keukenzaken, in kurk- en parketzaken en in tegelhandel. De omzet in deze zaken is relatief hoog, terwijl het onwaarschijnlijk is dat deze zaken in het koopstromenonderzoek zullen worden bedoeld als gevraagd wordt naar de laatste aankoop woninginrichting.

De koppeling tussen artikelgroepen uit de enquête en de branches en branchegroepen uit 'Omzetkengetallen 2018' staat in tabel 3.

**Tabel 3 Koppeling artikelgroepen en branches**

KSO2019 artikelgroepen	branches en branchegroepen
Boodschappen	dagelijkse sector (combinatie van branchegroepen supermarkten, overige levensmiddelen en persoonlijke verzorging)
Mode	combinatie van branchegroepen mode, luxe en warenhuizen, maar exclusief branche huishoudelijke artikelen
Huishoudelijke artikelen	branche huishoudelijke artikelen
Sport- en spelartikelen	combinatie van branches sport- en kampeerzaken, en speelgoedzaken en tweewielerspeciaalzaken
Media- en hobbyartikelen	branchegroep hobby, spel en media, maar exclusief speelgoedzaken en tweewielerspeciaalzaken
Elektronica	branchegroep wit- en bruingoed en computers
Woninginrichting	branchegroep wonen, exclusief branches keuken en badkamerzaken en kurk- en parketzaken en tegelhandel
Doe-het-zelf artikelen	branchegroep doe-het-zelfzaken
Tuinartikelen en planten	combinatie van branches tuincentra en bloemenwinkels en overige tuinartikelen

Vervolgens wordt daar de berekende omzet incl. btw per branche(groep) en enquête-artikelgroep van pure webwinkels en postorderbedrijven aan toegevoegd. In deze berekening wordt ervan uitgegaan dat de omzet van pure webwinkels is verdeeld over de branches zoals dat het geval is bij de webwinkels van (fysieke) winkels. Het resultaat van deze berekening (tabel 4) is de besteding, inclusief btw en inclusief internetbestedingen (ook 'pure players').

**Tabel 4 Bestedingscijfers per branche naar sector**

Sector en artikelgroep	besteding per hoofd van de bevolking, inclusief internet (incl. btw)
Dagelijkse sector	€ 3.006
Niet-dagelijkse sector	€ 3.238
Mode	€ 1.262
Huishoudelijk	€ 78
Sport en spel	€ 277
Media en hobby	€ 94
Tuinartikelen en planten	€ 139
Elektronica	€ 336
DHZ	€ 278
Woninginrichting	€ 506
Overig niet-dagelijks*	€ 268

\* Geen onderdeel van vraagstelling KSO2019



Om de richting van de totale niet-dagelijkse koopstromen te bepalen, kan uitsluitend worden uitgegaan van de gevraagde artikelgroepen en dus niet van 'overig niet-dagelijks'. Dat betekent dat de koopstromen worden bepaald door het aandeel van de 8 artikelgroepen in de niet-dagelijkse sector, exclusief 'overig'. Als voorbeeld: bestedingen in mode bepalen voor 42 procent (€ 1.262 / (€ 3.238 - € 268)) de bestedingen in de niet-dagelijkse sector.

Voor de feitelijke bestedingen van respondenten zijn de bestedingsbedragen op het niveau van de gemeente gecorrigeerd voor de CBS inkomenscijfers 2018 (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 2015-data*

In KSO2015 is uitgegaan van bestedingscijfers die ondertussen nauwkeuriger kunnen worden bepaald. Vergelijking met de uitkomsten kan slechts indicatief zijn, door de veranderde vraagstelling en door het in 2019 ook toevoegen van toeristische bestedingen. Om toch een vergelijking te kunnen maken, zijn de onderzoeksresultaten van het KSO2015 herberekend met behulp van de aangepaste bestedingskengetallen 2015. De verschillen door de herberekening en de cijfers van 2018, zijn te zien in tabel 5.

**Tabel 5 Gemiddelde bestedingen dagelijkse en niet-dagelijkse sector**

	2015 herberekend	2018
dagelijks	€ 2.763	€ 3.006
niet-dagelijks	€ 3.130	€ 3.238

#### **Toeristische winkelbestedingen**

Aan de bestedingen die uit het KSO2019 door middel van de enquête zijn bepaald, zijn toeristische bestedingen toegevoegd. Onder toeristische bestedingen (in winkels) wordt verstaan de bestedingen door buitenlanders die hier op vakantie zijn en door inwoners van Nederland tijdens een vakantie dan wel tijdens een uitstapje. Door de omvang van het onderzoeksgebied en het randgebied is de aanname dat het toeristisch/recreatieve 'winkelen voor het plezier' in het reguliere KSO2019 is opgenomen.

In lijn hiermee is ook het besteedbaar bedrag per hoofd opgesplitst naar KSO-bestedingen (richting bepaald in de enquête) en toeristische bestedingen tijdens vakantie en uitstapjes (omvang bepaald door een modelmatige berekening).

De basis voor de berekeningen zijn landelijke bestedingen in de genoemde categorieën. De verdeling over regio's en uiteindelijk plaatsen verloopt getrapd. Van regio's (provincies) is bekend hoeveel overnachtingen ze hebben per verblijfs categorie (hotel en overig). Deze verhouding is bepalend voor de verdeling van de bestedingen in winkels over de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Gasten in hotels geven meer uit in de niet-dagelijkse sector en gasten in overige verblijfsaccommodaties meer in de dagelijkse sector. Dat laatste geldt ook voor uitstapjes. Geschat is dat hotelgasten 80% procent van hun bestedingen doen in de niet-

dagelijkse sector en dat dit voor gasten van andere verblijfsaccommodaties 20% is. Dit zijn normgetallen uit onderzoek van NBTC uit 2016. Vervolgens zijn deze totalen verdeeld over de plaatsen in een regio met gebruikmaking van de werkgelegenheid in de relevante toeristische branches (bron: LISA).

### **Aanbodcijfers**

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van het winkelaanbod en het economische functioneren (gemiddelde winkelbestedingen per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak), is informatie over het winkelaanbod aan de enquêtedata gekoppeld. De aanbodcijfers zijn afkomstig van Locatus (peildatum: september 2019). 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 in Oost-Nederland. 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.

In het KSO2019 zijn de aanbodcijfers ook gebruikt voor de bepaling van de gemiddelde winkelbestedingen per m<sup>2</sup> winkeloppervlak, ook wel vloerproductiviteit genoemd. Het gaat hierbij om de koppeling van bestedingscijfers uit het koopstromenonderzoek met de aanbodgegevens van Locatus. Deze matching kan in een beperkt aantal gevallen leiden tot uitschieters, bijvoorbeeld in het geval er niet of nauwelijks aanbod is, maar er wel enkele waarnemingen en daardoor ook bestedingen zijn. Dit levert onbetrouwbare resultaten die in de rapportage van het onderzoek op 'missing' zijn gezet.

### **Werkgelegenheidscijfers**

De werkgelegenheidscijfers in het onderzoek zijn afkomstig van het vestigingsregister van Lisa-jaargang 2019 (peildatum: 1 april 2019). Voor dit deel zijn uitsluitend banen uit SBI 47: Detailhandel (niet in auto's) (excl. SBI 473: benzinestations, SBI 4773: Apotheken, SBI 478: Markthandel en SBI 479: Detailhandel niet via winkel of markt) en SBI 56: eet- en drinkgelegenheden (excl. SBI 562: kantines en catering) gebruikt.

### **CBS-omzetdata<sup>1</sup>**

De CBS-omzetdata betreffen omzetgegevens die het CBS op bedrijfsniveau op kwartaalbasis beschikbaar heeft. Deze bedrijfsgegevens zijn toegerekend of verdeeld naar postcodegebieden op basis van het aantal werkzame personen. Het betreft de omzet over 2015-2018 en bestaat uit SBI 47: Detailhandel (niet in auto's), met uitzondering van SBI 473: Benzinestations, SBI 47525 Winkels in keukens, SBI 4773: Apotheken en SBI 4791: Detailhandel via internet. De omzet is de opbrengst uit verkoop van goederen en diensten aan derden. De omzet omvat zowel de opbrengst uit de hoofdactiviteit als uit nevenactiviteiten. Derden zijn consumenten en bedrijven buiten het (Nederlandse deel van het) eigen concernverband. De omzet is exclusief btw en toeristenbelasting (voor zover van toepassing). Voor bedrijven met meerdere vestigingen is

---

<sup>1</sup> niet gebruikt voor berekening van de KSO-bestedingen (daarvoor zijn de INretail-cijfers gebruikt)

daarbij de landelijke bedrijfsomzet over de vestigingen verdeeld naar rato van het aantal werkzame personen per vestiging (bron: CBS).

### **Benchmarking**

Om resultaten van de gemeenten, kernen en aankooplocaties goed te kunnen duiden, zijn benchmarkklassen gemaakt (zie [bijlage A](#)). Zo kan eenvoudig de desbetreffende gemeente, kern of aankooplocatie worden vergeleken met een vergelijkbare gemeente, kern of aankooplocatie. Voor gemeenten zijn de referentieklassen gebaseerd op stedelijkheidsgraad en voor kernen zijn de referentieklassen gebaseerd op inwonertal (bron: CBS). Voor aankooplocaties is een verdeling gemaakt naar functie én grootte (bron: Locatus). Daarbij onderscheiden we drie benchmarkklassen: centrumlocaties, grootschalige en ondersteunende locaties.

## **Onderzoeksresultaten KSO2019**

### **[www.kso2019.nl](http://www.kso2019.nl)**

Alle uitkomsten van het KSO2019 zijn digitaal ontsloten en beschikbaar. Voor het Koopstromenonderzoek 2019 Oost-Nederland is een aparte website ontwikkeld, [www.kso2019.nl](http://www.kso2019.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.kso2019.nl](http://www.kso2019.nl) is een applicatie beschikbaar waarin op interactieve wijze alle onderzoeksresultaten voor de zichtbare gemeenten, kernen en aankooplocaties 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 gemeente, kern of aankooplocatie 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 2015 en met een benchmark (vergelijkbare gemeenten/kernen/aankooplocaties). De kaarten met dagelijkse en niet-dagelijkse toevloeiing per gemeente en aankooplocatie en dagelijkse en niet-dagelijkse afvloeiing per gemeente zijn online benaderbaar via een dashboard. Indien gewenst kunnen de kaartbeelden opgeslagen worden als PDF of PNG-bestand.

### **Factsheets**

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

- herkomst consumentenomzet detailhandel ('waar komen bestedingen vandaan');
- bestemming consumentenbestedingen detailhandel ('waar gaan bestedingen naar toe?');
- benchmark en ontwikkeling binding en toevloeiing;
- omvang en samenstelling aanbod (verkooppunten);
- werkgelegenheid;
- waardering;
- bezoek horeca/leisure (gemeenten en kernen);
- combinatiebezoek (aankooplocaties);
- verblijfsduur en -middel (alleen aankooplocaties).



### Leeswijzer factsheets

Deze notitie is beschikbaar op [www.kso2019.nl](http://www.kso2019.nl) en beschrijft wat er op de factsheets staat en hoe u tabellen, grafieken en kaarten moet interpreteren. In de volgende paragraaf wordt ingegaan op de mogelijkheden om te vergelijken met KSO2015.

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 53 gemeenten, 97 kernen en 177 aankooplocaties in Oost-Nederland. Voor de factsheets van de aankooplocaties geldt dat in een aantal gevallen onderdelen van de factsheet niet gevuld zijn. Dit kan te maken hebben met het ontbreken van bijvoorbeeld bestedingen in de dagelijkse of niet-dagelijkse sector, het ontbreken van winkelaanbodgegevens (doordat het gaat om een niet door Locatus afgebakende locatie of omdat de aankooplocatie in 2015 niet bestond of niet in het onderzoek voorkwam). Bij de bezoekenmerken verblijfsduur, vervoermiddel en rapportcijfers is een onderscheid gemaakt tussen inwoners en overige bezoekers. Indien er minder dan tien waarnemingen zijn, worden de gegevens voor overige bezoekers niet weergegeven. Eenzelfde criterium is ook van toepassing op de aankoopmomenten. Indien er minder dan tien waarnemingen zijn bij 'dagelijkse aankopen' en/of 'mode & luxe', zijn hiervoor geen resultaten afgebeeld.

## Vergelijkbaarheid resultaten met KSO2015

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 aankooplocaties te vragen (en bij hoogfrequente aankopen zoals boodschappen en mode ook na de een-na-laatste). In 2015 was er nog geen afsprakenkader en gebruikten we in Oost-Nederland de everyday-methode. We vroegen toen naar de aankooplocatie waar men doorgaans koopt. Door de yesterday-methode te gebruiken, komen ook kleinere aankooplocaties in beeld.

Door het methodeverschil moet de vergelijking tussen de resultaten van KSO2019 en KSO2015 met enige voorzichtigheid plaatsvinden. De vraagstelling is verschillend (zie paragraaf: [Vragenlijst](#)), met als belangrijkste verschillen de artikelgroepen en de yesterday-methode in plaats van de everyday-methode. Bovendien zijn toeristische bestedingen toegevoegd en dat is in 2015 niet gebeurd. Doordat er een ander onderzoeksgebied is gedefinieerd ontstaan er bescheiden verschillen omdat de steekproef in het randgebied van 2019 en 2015 er anders uitziet. Met name voor de provincie Overijssel is er nu een grotere betrouwbaarheid door de deelname van de Achterhoek.

In het algemeen geldt dat vergelijking van percentages mogelijk is, met de kanttekeningen hierboven geplaatst. Vergelijking in absolute cijfers kan slechts een indicatie opleveren en alleen voor de hoofdsectoren, dagelijks en niet-dagelijks. Vergelijking is wel mogelijk voor 'hiërarchieën' (welk winkelgebied functioneert het best of blijft achter). Ook kwalitatieve gegevens, zoals waarderingscijfers, kunnen vergeleken worden.



## Gebruik onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek

Doordat producten steeds meer via internet worden aangekocht, wordt in nieuw 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% van de koopstromen is. De omzet per hoofd ligt als gevolg daarvan ook hoger dan doorgaans gepresenteerd in DPO's (omzet per hoofd aan fysieke winkels + online omzet per hoofd). Bovendien worden in de rapportage van het KSO2019 de bestedingen (dus inclusief btw) gerapporteerd.

Het is mogelijk om koopstromen uit koopstromenonderzoek (waarin internet wel als aankoopkanaal is meegenomen) 'om te zetten' door in berekeningen die uitgaan van uitsluitend fysieke winkels te 'corrigeren' voor gemeten online bestedingen. De binding aan fysieke winkels is dan de gerapporteerde binding uit KSO, gedeeld door  $100\% - \text{afvloeiing naar internet}$ . Zie voor nadere informatie en een rekenvoorbeeld <https://www.retailinsiders.nl/docs/f672e119-cbd3-4906-806c-471e0a7f08ec.pdf>.



# A Benchmarkindeling

## A.1 Gemeenten onderzoekgebied naar stedelijkheidsgraad

Niet stedelijk	Weinig stedelijk	Matig stedelijk	Sterk stedelijk	Zeer sterk stedelijk
Aa en Hunze	Aalten	Borne	Almelo	
Borger-Odoorn	Berkelland	Doetinchem	Apeldoorn	
Bronckhorst	Coevorden	Haaksbergen	Assen	
De Wolden	Dalfsen	Hoogeveen	Deventer	
Dinkelland	Dronten	Kampen	Enschede	
Midden-Drenthe	Elburg	Meppel	Harderwijk	
Olst-Wijhe	Emmen	Oldenzaal	Hengelo	
Ommen	Hardenberg	Rijssen-Holten	Zutphen	
Staphorst	Hatterm	Winterswijk	Zwolle	
Tubbergen	Heerde			
	Hellendoorn			
	Hof van Twente			
	Lochem			
	Losser			
	Oldebroek			
	Oost Gelre			
	Oude IJsselstreek			
	Raalte			
	Steenwijkerland			
	Twenterand			
	Tynaarlo			
	Voorst			
	Wierden			
	Zeewolde			
	Zwartewaterland			



## A.2 Kernen onderzoekgebied naar inwoneraantal

< 5.000	5.000-10.000	10.000-20.000	20.000-50.000	> 50.000
De Lutte	Bathmen	Aalten	Borne	Almelo
De Wijk	Biddinghuizen	Beilen	Doetinchem	Apeldoorn
Diepenveen	Borculo	Coevorden	Dronten	Assen
Geesteren (Ov.)	Delden	Dalfsen	Haaksbergen	Deventer
Gendringen	Dinxperlo	Dedemsvaart	Harderwijk	Emmen
Lemelerveld	Enter	Denekamp	Hoogeveen	Enschede
Ootmarsum	Groenlo	Eibergen	Kampen	Hengelo (Ov.)
Overdinkel	Heino	Elburg	Meppel	Zwolle
Ruinen	Hellendoorn	Genemuiden	Nijverdal	
Terborg	Hengelo (Gld.)	Goor	Oldenzaal	
Weerselo	Holten	Hardenberg	Rijssen	
Westerbork	Markelo	Hatterum	Winterswijk	
	Neede	Heerde	Zeewolde	
	Nieuwleusen	IJsselmuiden	Zutphen	
	Oldebroek	Klazienaveen		
	Olst	Lichtenvoorde		
	Ruurlo	Lochem		
	Schalkhaar	Losser		
	Swifterbant	Ommen		
	't Harde	Raalte		
	Tubbergen	Staphorst		
	Vorden	Steenwijk		
	Vroomshoop	Twello		
	Wapenveld	Ulft		
	Warnsveld	Vriezenveen		
	Wijhe	Wezep		
	Zelhem	Wierden		
	Zuidwolde (Dr.)	Zuidlaren		

## A.3 Winkelgebieden onderzoekgebied naar functie en omvang

**Tabel A.4.1 Centrumlocaties**

Centrumlocatie tot 5.000 m <sup>2</sup>	Centrumlocatie 5.000-10.000 m <sup>2</sup>	Centrumlocatie 10.000-20.000 m <sup>2</sup>	Centrumlocatie 20.000-40.000 m <sup>2</sup>	Centrumlocatie vanaf 40.000 m <sup>2</sup>
Centrum Annen	Centrum Borculo	Centrum Aalten	Centrum Borne	Centrum Almelo
Centrum Biddinghuizen	Centrum De Wijk	Centrum Beilen	Centrum Dedemsvaart	Centrum Apeldoorn
Centrum De Lutte	Centrum Dinxperlo	Centrum Coevorden	Centrum Dronten	Centrum Assen
Centrum Geesteren	Centrum Gaanderen	Centrum Dalfsen	Centrum Haaksbergen	Centrum Deventer
Centrum Lemelerveld	Centrum Gendringen	Centrum Delden	Centrum Hardenberg	Centrum Doetinchem
Centrum Overdinkel	Centrum Gieten	Centrum Denekamp	Centrum Harderwijk	Centrum Emmen
Centrum Rolde	Centrum Hatterm	Centrum Eibergen	Centrum Kampen	Centrum Enschede
Centrum Ruinen	Centrum Heino	Centrum Enter	Centrum Klazienaveen	Centrum Hengelo
Centrum Swifterbant	Centrum Holten	Centrum Goor	Centrum Lichtenvoorde	Centrum Hoogeveen
	Centrum Nieuwleusen	Centrum Heerde	Centrum Nijverdal	Centrum Meppel
	Centrum Oldebroek	Centrum Hengelo Gld.	Centrum Oldenzaal	Centrum Zutphen
	Centrum Olst	Centrum Lochem	Centrum Raalte	Centrum Zwolle
	Centrum Staphorst	Centrum Losser	Centrum Rijssen	
	Centrum Terborg	Centrum Neede	Centrum Steenwijk	
	Centrum Vorden	Centrum Ommen	Centrum Winterswijk	
	Centrum Vroomshoop	Centrum Ruurlo		
	Centrum Westerbork	Centrum Tubbergen		
	Centrum Wijhe	Centrum Twello		
	Centrum Zelhem	Centrum Ulft		
	Centrum Zuidwolde	Centrum Varsseveld		
		Centrum Vesting Elburg		
		Centrum Vriezenveen		
		Centrum Wierden		
		Centrum Zeewolde		
		Centrum Zuidlaren		

**Tabel A.4.2 Grootchalige aankooplocaties**

Grootchalig tot 20.000 m <sup>2</sup>	Grootchalig 20.000-40.000 m <sup>2</sup>	Grootchalig vanaf 40.000 m <sup>2</sup>
Blankenstein Meppel	Borgstee	Bargermeer Nijbracht
Budgetcenter Spaansland	Europalaan Winterswijk	Plein Westermaat
Havenstraat Doetinchem	Gerritsenweg	Runshopping Centre Snipperling
Meubelboulevard Emmen	Pollaan	Woonboulevard Oldenzaal
Slijpsteen	Woonboulevard Almelo	
Westermaat Zuid	Woonboulevard Zwolle	
Woonboulevard Apeldoorn	Woonplein Enschede (Schuttersveld)	
Woonboulevard Doetinchem		

**Tabel A.4.3 Ondersteunende aankooplocaties**

Ondersteunend tot 2.500 m <sup>2</sup>	Ondersteunend 2.500-5.000 m <sup>2</sup>	Ondersteunend 5.000-10.000 m <sup>2</sup>	Ondersteunend 10.000-20.000 m <sup>2</sup>	Ondersteunend 10.000-20.000 m <sup>2</sup>
Agathaplein/Klokstee	Anklaar	AA-landen	De Eglantier	Borgele (Dreef)
Borgele (Dreef)	De Vijfhoek	Assendorperstraat	Diezerpoort	Het Schar
Het Schar	Hanzewijk	EDS-Plein	Glanerbrug	Winkelcentrum Helmerhoek
Winkelcentrum Helmerhoek	Industriestraat/ Boekeloseweg	Hart van Zuid Apeldoorn	Miro Center	Winkelcentrum Peelo
Winkelcentrum Peelo	Nobellaan	Kloosterveste	Ootmarsumsestraat/ Eskerplein	
	Schelfhorst	Stadshagen	Winkelcentrum Zuid	
	Vredeveld	Steenwijkerdiep	Zwolle-Zuid	
	Winkelcentrum Groot Driene	V. van Goghplein		
	Winkelcentrum Hart van Zuid	Winkelcentrum Deppenbroek		
	Winkelcentrum Hengelose Es	Winkelcentrum Flora Colmschate		
	Winkelcentrum Marsdijk	Winkelcentrum Hasselo		
	Winkelcentrum Op de Brouwerij	Winkelcentrum Keizerslanden		
	Winkelcentrum Slangenbeek	Winkelcentrum Stadsveld		
	Winkelcentrum Stroinkslanden	Zwolseweg/ Boxbergerweg		
	Winkelcentrum Twekkelerveld			
	Enschedeesestraat			
	Zandweerd/Zamenhoff plein/P. de Hooghstraat			
	Zuiderstraat/ Bornerbroeksestraat			

### **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)