

Onderzoeks- verantwoording

Koopstromenonderzoek Randstad 2025



Colofon

Uitgave

Ipsos I&O

Zuiderval 70
7543 EZ Enschede

Amstelveenseweg 760
1081 JK Amsterdam

Ericssonstraat 2
5121 ML Rijen

Rapportnummer

2026/047

Datum

maart 2026

Opdrachtgever

Provincie Noord-Holland
Provincie Utrecht
Provincie Zuid-Holland

Copyright

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

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
2	Vragenlijst	5
3	Steekproef	8
4	Dataverzameling	9
5	Dataverwerking en weging	11
5.1	Weging en herweging	11
5.2	Bestedingscijfers	11
5.3	Toeristische winkelbestedingen	15
5.4	Aanbodcijfers	18
5.5	Werkgelegenheidscijfers	18
5.6	Benchmarking	18
6	Onderzoeksresultaten KSO 2025	19
6.1	Gebruik onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek	20

1 Inleiding

Dit document beschrijft de onderzoeksverantwoording van het Koopstromenonderzoek Randstad 2025. Achtereenvolgens komen aan bod:

- [Vragenlijst](#);
- [Steekproef](#);
- [Dataverzameling](#);
- [Dataverwerking en weging](#);
- [Koppeling aan \(genormeerde\) bestedingscijfers](#);
- [Toevoeging van toeristische bestedingen](#);
- [Gebruik van aanbodcijfers \(Locatus\)](#);
- [Gebruik van werkgelegenheidscijfers \(Lisa\)](#);
- [Benchmarking](#);
- [Onderzoeksresultaten KSO 2025](#);
- [Gebruik van onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek](#).

KSO 2025 in het kort

Het doel van het KSO Randstad 2025 (KSO 2025) is een actueel beeld van het ruimtelijk koopgedrag en het gebruik van voorzieningen in de sfeer van vrije tijd in de Randstad door middel van een consumentenonderzoek. De basis is een enquête over bezoekgedrag onder een steekproef van 118.007 inwoners van de provincies Noord-Holland, Utrecht en Zuid-Holland, de gemeenten Almere en Lelystad en randgemeenten in Flevoland, Gelderland, Noord-Brabant en Zeeland.

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.

2 Vragenlijst

De vragenlijst voor het KSO 2025 is opgesteld in samenspraak met de begeleidingscommissie, bestaande uit vertegenwoordigers van de provincies Noord-Holland, Utrecht en Zuid-Holland. De vragenlijst voor het KSO 2025 borduurt voort op die van de meest recent uitgevoerde koopstromenonderzoek (KSO Fryslân 2024 en KSO Oost-Nederland 2023) en 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.

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	Sector Dagelijks Dagelijks	Levensmiddelen Persoonlijke verzorging
	Sector Recreatief Mode & Luxe Vrije tijd	Mode Huishoudelijk Sport- en spel Media en hobby
	Sector Doelgericht In & om het huis Detailhandel overig	Elektronica Doe-het-zelf Woninginrichting Tuinartikelen en planten Detailhandel overig
	Sector Horeca Horeca	Drankverstrekkers Fastservice Restaurants

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 ook op 54 procent (eerste locatie) en 46 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), hoe vaak (per artikelgroep) en waarom (alleen bij boodschappen en mode) men online koopt, 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, in de detailhandel en 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 (bijvoorbeeld serviesgoed, keukengerei, textiel- en linnengoed);
- Sport- en spelartikelen (bijvoorbeeld sportspullen, fietsen, kampeerartikelen);
- Media- en hobbyartikelen (bijvoorbeeld boeken, dvd's, games, kantoorartikelen);
- Tuinartikelen en planten;
- Elektronica (bijvoorbeeld televisie, radio, computer, koelkast, wasmachine);
- Doe-het-zelf artikelen (bijvoorbeeld klusmaterialen, gereedschap);
- Woninginrichting (bijvoorbeeld meubelen, vloerbedekking, woningtextiel, woonwaren en verlichting).

Aandacht voor ruimtelijke oriëntatie horecagebruik

Op vergelijkbare wijze als de artikelgroepen is respondenten gevraagd waar men de laatste keer van horeca gebruik heeft gemaakt.

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 gemeenten in het randgebied een selectie van relevante winkelgebieden gemaakt. Voor de overige plaatsen is volstaan met de plaatsnaamaanduiding. Buiten de gemeenten in het randgebied zijn in aangrenzende provincies (Flevoland (restant), Gelderland, Noord-Brabant en Zeeland) de gemeenten als aankoopgebied voorgelegd. De overige provincies (Friesland, Groningen, Drenthe, Overijssel en Limburg) zijn als geheel als aankoopgebied voorgelegd. Voor het buitenland is geen nadere specificering toegepast.

Bij horecagebruik is doorgevraagd naar de plaats van bestemming, waar vervolgens nog nader onderscheid kon worden gemaakt naar drie locaties: 1) het centrum, (2) buiten het centrum, maar binnen de bebouwde kom of (3) het buitengebied van de betreffende plaats.

Kwalitatief deel

Veranderingen in de ruimtelijke koopstromen vertalen zich in of hangen mede samen met kenmerken van koopgedrag. Daarom zijn in het KSO 2025 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), bezoekmotieven, vervoermiddelgebruik, bezoekfrequentie, 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.).

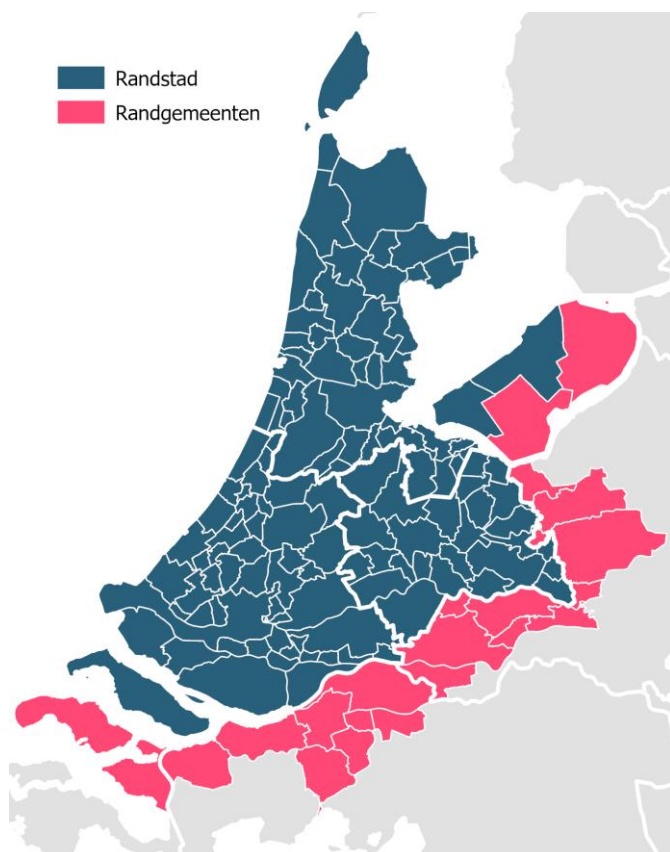
Aanvullend is aandacht voor het type horecagebruik, afhalen/bezorgen, het dagdeel, motieven, uitgaven en beoordeling van specifieke aspecten op het gebied van horeca.

3 Steekproef

Onderzoeksgebied

Het onderzoeksgebied bestaat uit alle 120 gemeenten in de provincies Noord-Holland, Utrecht en Zuid-Holland en de gemeenten Almere en Lelystad (dus 122 in totaal). 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 118.007 geslaagde enquêtes afgenomen in het onderzoeks- en randgebied.

Figuur 2 - Onderzoeksgebied en randgebied¹



Steekproefbepaling

Bij het bepalen van de steekproefomvang 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.

¹ Onderzoeksgebied = donkere tinten | randgebied = lichte tinten.

4 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).

De dataverzameling heeft plaatsgevonden van begin september t/m begin november 2025. 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 118.007 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 toont de verdeling van afgenomen enquêtes per gemeente. Tabel 2 geeft de verdeling van afgenomen enquêtes per type respons weer.

Tabel 1 - Aantal enquêtes per gebied

Type respons	Aantal enquêtes	Procentuele verdeling
Noord-Holland	37.269	32%
Utrecht	22.484	19%
Zuid-Holland	51.177	43%
Flevoland en Almere	4.139	4%
Randgebied	2.938	2%
Totaal	118.007	100%

Tabel 2 - Aantal enquêtes per type respons

Type respons	Aantal enquêtes	Procentuele verdeling
Steekproef	86.173	73%
Landelijke panels	11.520	10%
Gemeentelijke panels	15.199	13%
Telefonisch	279	0,2%
Open link	4.836	4%
Totaal	118.007	100%

Gedurende de veldwerkperiode heeft continue monitoring op het aantal geslaagde enquêtes plaatsgevonden. Hierbij is de omvang en samenstelling per gemeente gemonitord. In 120 van de 122 gemeenten zijn uiteindelijk voldoende enquêtes afgenomen om hiervan voldoende betrouwbare resultaten te kunnen presenteren. Uitzonderingen zijn de gemeenten Oudewater (N=366) en Renswoude (N=195) en, waar het betrouwbaarheidsniveau niet is gehaald. Op grond van het geringe inwoneraantal en was dat voor deze gemeenten op voorhand ook niet te verwachten.

Verder zijn er in totaal 502 winkelgebieden waarover voldoende betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan. Hiervan hebben de resultaten van 294 winkelgebieden een betrouwbaarheid van 85 procent/foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal 210 waarnemingen) en 208 ‘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 aselecte bruto steekproef getrokken op adres, dus op huishoudensniveau. De bruto steekproef is vervolgens gecorrigeerd op basis van verwachtingen ten aanzien van omvang en samenstelling van de geslaagde enquêtes uit internetpanels. Voor alle gemeenten in het onderzoeksgebied is hierbij een maximum van 80 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 KSO 2025 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 internetpanels ingezet. In totaal zijn 26.719 enquêtes via internetpanels afgenomen. 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 en straight-liners) en de toegelaten respons is toegevoegd aan het databestand. Het gaat hier om 4.836 (toegelaten) enquêtes.

5 Dataverwerking en weging

5.1 Weging en herweging

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

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

Tabel 3 - Kenmerken respons, ongewogen en gewogen (onderzoeksgebied)

Kenmerk	Ongewogen	Na weging	Populatie
Samenstelling huishouden			
Eénpersoons	26%	34%	42%
Eénouder gezin	5%	8%	8%
Meerpersoons, zonder kinderen	44%	25%	26%
Meerpersoons, met kinderen	25%	33%	24%
Leeftijd			
15 tot 25 jaar	1%	9%	15%
25 tot 45 jaar	21%	36%	35%
45 tot 65 jaar	36%	35%	32%
65 jaar en ouder	41%	20%	18%

5.2 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 2024 (publicatiedatum juli 2025) 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

KSO 2025 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 bruigoed 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 KSO 2025 zijn de winkelomzetten per hoofd per jaar op basis van Omzetkengetallennotitie 2024. Gekozen is om de cijfers uit 2024 te extrapoleren naar 2025 door een inflatiecorrectie (t/m september 2025, de meest recent beschikbare cijfers) 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 2021-2025 (bron: Omzetkengetallennotitie 2024, extrapolatie naar 2025)

Sector en artikelgroep	Winkelomzet per hoofd van de bevolking (exclusief online en btw)				
	2021	2022	2023	2024	2025
Dagelijkse sector	€ 2.772	€ 2.926	€ 3.152	€ 3.142	€ 3.255
Niet-dagelijkse sector*	€ 2.056	€ 2.394	€ 2.495	€ 2.590	€ 2.618
Recreatief aanbod*	€ 882	€ 1.105	€ 1.161	€ 1.243	€ 1.249
Mode	€ 433	€ 564	€ 610	€ 686	€ 688
Huishoudelijk	€ 38	€ 48	€ 46	€ 41	€ 42
Sport en spel	€ 177	€ 211	€ 208	€ 201	€ 202
Media en hobby	€ 49	€ 57	€ 62	€ 71	€ 72
Overig recreatief	€ 185	€ 225	€ 235	€ 244	€ 245
Doelgericht aanbod*	€ 1.172	€ 1.289	€ 1.334	€ 1.348	€ 1.369
Elektronica	€ 163	€ 162	€ 166	€ 165	€ 164
Woninginrichting	€ 491	€ 530	€ 528	€ 522	€ 533
Doe-het-zelf	€ 209	€ 242	€ 253	€ 256	€ 258
Tuinartikelen en planten	€ 128	€ 134	€ 138	€ 143	€ 149
Overig niet-dagelijks	€ 153	€ 195	€ 218	€ 231	€ 234
Overig doelgericht	€ 28	€ 26	€ 31	€ 31	€ 31

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

In tegenstelling tot het KSO 2021 en eerder is er 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 KSO 2025 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 2025 bedroeg (geraamd) € 688,- per hoofd (exclusief btw). Uit het onderzoeksgebied van KSO 2025 volgt dat 36 procent van de aankopen in mode via online gaan. Dit betekent dat de totale bestedingen per hoofd (exclusief btw, maar inclusief online) € 1.084,- bedragen (berekningen = $688 / (1 - 0,36)$).

De bovenstaande methodiek is gevalideerd met feitelijke online omzetcijfers van het CBS, in combinatie met informatie van Thuiswinkel.org, GFK, en buitenlandse bestedingen binnen de EU van het CBS. Hieruit blijkt dat de in het KSO 2025 gehanteerde kengetallen in dezelfde orde van grootte liggen als een combinatie van bestaande bronnen. Op basis van bovenstaande methodiek zijn ook de cijfers van 2016 en 2021 (voor de Randstad) (opnieuw) berekend, zodat een zuivere vergelijking van absolute bedragen ontstaat.

Tabel 6 - Gehanteerde bestedingscijfers per hoofd KSO 2025 (inclusief online, exclusief btw)

Sector en artikelgroep	2016	2021	2025
Dagelijkse sector	€ 2.513	€ 2.936	€ 3.432
Niet-dagelijkse sector*	€ 2.728	€ 2.924	€ 3.727
Recreatief aanbod*	€ 1.466	€ 1.350	€ 1.927
Mode	€ 798	€ 673	€ 1.084
Huishoudelijk	€ 68	€ 49	€ 54
Sport en spel	€ 215	€ 255	€ 293
Media en hobby	€ 120	€ 89	€ 119
Overig recreatief	€ 266	€ 283	€ 378
Doelgericht aanbod*	€ 1.262	€ 1.574	€ 1.800
Elektronica	€ 291	€ 344	€ 347
Woninginrichting	€ 455	€ 633	€ 678
Doe-het-zelf	€ 194	€ 221	€ 272
Tuinartikelen en planten	€ 106	€ 134	€ 154
Overig niet-dagelijks	€ 187	€ 206	€ 307
Overig doelgericht	€ 29	€ 38	€ 41

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

Om de richting van de totale niet-dagelijkse koopstromen te bepalen, en daarbinnen recreatieve 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 acht 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 2025 (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.

Bestedingskengetallen horeca

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

Tabel 7 - Horeca omzet per hoofd per jaar

Sector	2025
Drankensector	€ 241
Fastservicesector	€ 420
Restaurantsector	€ 743
Horeca (excl. hotels)	€ 1.404

5.3 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 toegedeeld aan gemeenten. Vanaf het KSO21 zien we af van verdere toebedeling van toeristische winkelbestedingen binnen gemeenten naar kernen/winkelgebieden, omdat het ontbreekt aan een uniforme, modelmatige toepassing die de praktijksituatie benadert².

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

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 2025 zijn de SLA-statistieken van dat jaar gebruikt. Over 2025 waren ten tijde van de doorberekening alleen SLA-statistieken beschikbaar t/m oktober. De aantallen voor november en december 2023 zijn vervolgens geschat op basis van historische verhoudingen.

De gemiddelde bestedingen van buitenlandse toeristen in Nederland zijn afkomstig uit het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) (NBTC).

Voor 2016 zijn de uitgaven aan winkelen en souvenirs per persoon per verblijf uit het OIT 2014 gebruikt, voor 2021 de voorlopige resultaten uit het OIT 2021 en voor 2025 het OIT 2022 gebruikt. Op deze bedragen is vervolgens een inflatiecorrectie toegepast naar 2025.

De totale geraamde bestedingen in winkels door buitenlandse toeristen in het onderzoeksgebied bedragen € 922 miljoen (excl. btw). Van deze bestedingen is bekend of ze door toeristen zijn gedaan die overnachten in een hotel of in andere accommodaties (campings, recreatieparken etc.). Op basis van accommodatietype zijn de fracties bestedingen aan dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen bepaald. Hierbij is de aanname gehanteerd dat in het geval van buitenlandse toeristen die in een hotel overnachten 80 procent van de bestedingen in winkels niet-dagelijkse artikelen betreffen en dat bij de overige verblijfsaccommodaties buitenlandse toeristen 20 procent van de aankopen betrekking hebben op niet-dagelijkse artikelen. Uiteindelijk wordt 100 procent van de niet-dagelijkse buitenlandse toeristische bestedingen aan de recreatieve sector toegekend. Zodoende komen de bestedingen in de dagelijkse sector voor het gehele onderzoeksgebied uit op € 280 miljoen, in de recreatieve sector op € 642 miljoen en in de horeca op € 2,43 miljard.

² Bij het KSO 2016 werd ervoor gekozen om de toeristische bestedingen op plaatsniveau te koppelen aan de centrale winkelgebieden (binnenstad/centrum). Ondersteunende winkelgebieden en woonboulevards en overige grootschalige locaties kregen dus geen toeristische bestedingscomponent toegewezen.

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 2024 (vakanties) en (gemiddelde bestedingen). O.b.v. SLA-statistieken gasten binnenland (vakanties) en een inflatiecorrectie (gemiddelde bestedingen) zijn de cijfers vervolgens doorgetrokken naar 2025. 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). Daarnaast zijn de toeristische stromen tussen de verschillende COROP's binnen het onderzoeksgebied meegenomen.

Per saldo profiteert het onderzoeksgebied van winkel- en horecabestedingen die samenhangen met binnenlandse vakanties (minimaal één overnachting). In totaal besteedden vakantiegangers van buiten in 2025 € 72 miljoen in winkels en € 510 miljoen in horeca in het onderzoeksgebied en inwoners van het onderzoeksgebied € 239 miljoen in winkels en € 301 miljoen in horeca buiten het onderzoeksgebied tijdens vakanties in het binnenland.

Binnen het onderzoeksgebied besteedden de inwoners € 47 miljoen in winkels en € 67 miljoen in horeca tijdens vakanties (dat wordt herverdeeld onder de COROP's). De verdeling naar bestedingen in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector is op dezelfde wijze berekend als bij buitenlandse toeristische bestedingen. 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.

Binnenlandse bestedingen tijdens toeristisch-recreatieve activiteiten

Het NVTO – NederlandsVrijeTijdsOnderzoek – van NBTC brengt het vrijetijdsgedrag van de Nederlandse bevolking in beeld. Hierbij gaat het om alle (dag)recreatieve activiteiten die worden ondernomen buiten de eigen woning en waarbij men minimaal een uur van huis is (inclusief reistijd). Voor het KSO 2025 is gekeken naar de winkel- en horecabestedingen tijdens toeristisch-recreatieve activiteiten. De gebruikte data komen uit het meetjaar 2022/2023, het meest recente peiljaar.

Uitgaven in winkels en horeca zijn als toeristisch-recreatieve winkel- en horecabestedingen toegevoegd aan het KSO 2025 voor zover het gaat om bestedingen van inwoners die buiten het onderzoeksgebied wonen en de uitgaven doen in het onderzoeksgebied. In totaal gaat het hierbij om € 1,07 miljard (excl. btw). De stroom in de andere richting, vanuit het onderzoeksgebied naar overig Nederland is al in het KSO 2025-onderzoek opgenomen en wordt dus niet vanuit het NBTC-onderzoek toegevoegd. Voor de verdeling over de dagelijkse en niet-dagelijkse sector is het verhoudingsgetal 15 procent dagelijks en 85 procent niet-dagelijks gebruikt. Binnen het onderzoeksgebied zijn de winkel- en horecabestedingen meegeteld die gedaan worden tijdens uitstapjes met ten minste 20 km reisafstand (enkele reis). In totaal gaat het hier om een bedrag € 2,14 miljard, dat binnen het onderzoeksgebied wordt herverdeeld.

De gehanteerde verdeling tussen bestedingen aan dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen is 80 procent om 20 procent. Tot slot is ook voor de doorberekening van de niet-dagelijkse bestedingen naar de subsectoren recreatief en doelgericht een verdeling van 80 om 20 procent toegepast.

Tabel 7 Overzicht verwerking toeristische componenten

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

Toerekening toeristische bestedingen

Op het niveau van COROP's zijn de resultaten van de berekeningen voor de toeristische 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 in een COROP.

De toevloeiing is toegerekend naar gemeenten met behulp van werkgelegenheidscijfers in de toeristisch-recreatieve sector. De bron daarvoor is het landelijke vestigingen- en werkgelegenheidsregister Lisa³. Gerekend is met het aantal banen in de subsectoren logiesverstrekking, cultuur en watersport.

³ 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.

5.4 Aanbodcijfers

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van het winkelaanbod, zijn cijfers van Locatus in het onderzoek verwerkt (peildatum: 1 oktober 2025, 31 december 2021 en 31 december 2016). 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.

KSO 2025 rapporteert over het aandeel leegstaande verkooppunten en het aandeel leegstaande winkelvloeroppervlakte (wvo) 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 Locatus waarin deze berekening nader wordt toegelicht.

Hiervoor is het aandeel leegstaande wvo gedeeld door het totale wvo. We hebben hiervoor dus niet de formule van Locatus gehanteerd.

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 afbakening 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 afbakening 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 KSO 2025.

5.5 Werkgelegenheidscijfers

De werkgelegenheidscijfers in het onderzoek zijn afkomstig van het vestigingsregister van Lisa, jaargang 2024 (peildatum: 1 april 2024, 1 april 2021 en 1 april 2016). 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.

5.6 Benchmarking

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

6 Onderzoeksresultaten KSO 2025

Website

Alle uitkomsten van het KSO 2025 zijn digitaal ontsloten en beschikbaar. Voor het KSO 2025 is een aparte webpagina beschikbaar, www.koopstromen.nl/randstad. Op deze website is het hoofdrapport te downloaden. Ook is er meer achtergrondinformatie te vinden en worden hier aanvullende analyses geplaatst.

Factsheets

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

- basiskennmerken;
- voorzieningenaanbod;
- branchering;
- werkgelegenheid;
- bestedingen en marktaandelen;
- herkomst omzet;
- bestemming bestedingen (alleen bij gemeenten);
- online aankopen (alleen bij gemeenten);
- horeca (alleen bij gemeenten);
- toeristische toevloeiing (alleen bij gemeenten);
- binding (alleen bij winkelgebieden);
- waardering (alleen bij winkelgebieden);
- motieven (alleen bij winkelgebieden);
- bezoekgedrag (alleen bij winkelgebieden);
- bezochte voorzieningen (alleen bij winkelgebieden);
- leeswijzer.

Deze factsheets 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 122 gemeenten en 413 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 (bijvoorbeeld omdat het gaat om een winkelgebied dat in 2021 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.

6.1 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 2024 (uitgebracht juli 2025).

Contactgegevens

Ipsos I&O

Zuiderval 70
7543 EZ Enschede
053 - 200 52 00

Amstelveenseweg 760
1081 JK Amsterdam
020 - 607 07 07

Ericssonstraat 2
5121 ML Rijen
020-607 07 07

