



Koopstromenonderzoek 2021

Winkelen in veranderende tijden

Noord-Brabant

| Noord-Holland

| Utrecht

| Zuid-Holland

BRO
Ruimte | om in te leven

BUREAU >>>>>
STEDELIJKE >>>>>
PLANNING >>>>>
Part of Sweco

i&o
research

Onderzoek en resultaten

Thijs Lenderink (I&O Research)

Verdieping resultaten en toekomstverwachting

Aart Jan van Duren (Bureau Stedelijke Planning)

Pauze

Horeca, opgaven en toepassing resultaten

Robin van Lieshout (BRO)

Gesprek met de gedeputeerden



Robert Strijk
Gedeputeerde
Utrecht



Foto: Wim Roefs

Erik Ronnes
Gedeputeerde
Noord-Brabant



Ilse Zaal
Gedeputeerde
Noord-Holland



Willy de Zoete
Gedeputeerde
Zuid-Holland



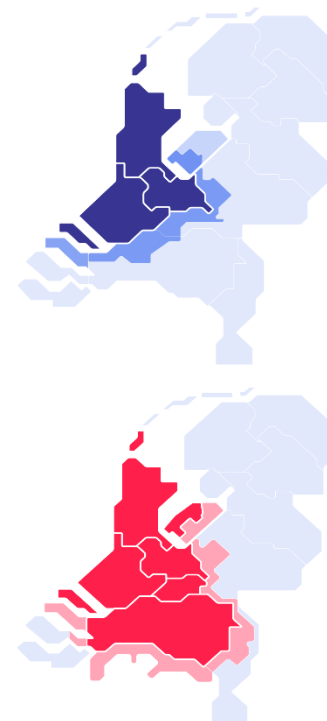
Onderzoek en resultaten*

*Na het symposium biedt www.kso2021.nl een hoofdrapport met provinciehoofdstukken, factsheets (met kaarten) en een online tool met meer details

Waarom?

- Vitale winkelgebieden
- Monitor voor inzicht, beleid en uitvoering
- Reeks Randstad (2004, 2011, 2016, 2018*)
- Doel 2021: Trendmatige ontwikkeling 2016-2018-2021
- Doel 2021: Impact corona-omstandigheden 2018-2021
- Doel 2021: Koopstromen in beeld voor Noord-Brabant en Rivierenland

* Aansluiting Almere en Lelystad



Wat?

- Wat koopt men waar en waarom daar?
- Negen verschillende artikelgroepen
- In drie sectoren
- Toonbankbestedingen in winkels en online bestedingen

BRANCHES KSO		ARTIKELGROEPEN	
Sector niet-dagelijks	Sector dagelijks	Dagelijks	dagelijks
	Sector recreatief	Mode & Luxe	mode huishoudelijk
		Vrije tijd	sport- en spel media en hobby
	Sector doelgericht	In & om het huis	elektronica doe-het-zelf woninginrichting tuinartikelen en planten

Wat (is nieuw)?

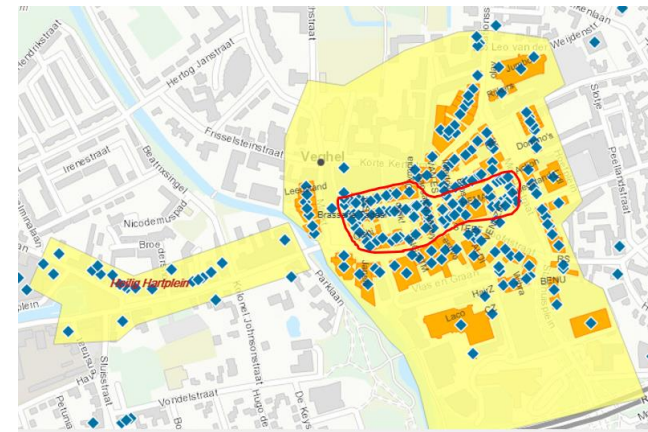
- Completer beeld van centrumvoorzieningen (alle soorten verkooppunten Locatus)
- Werkgelegenheid bij die verkooppunten in beeld
- Horecastromen en bestedingen in beeld
- N.B. Dank aan gemeenten voor hun feedback bij de voorinzage → ideeën voor doorontwikkeling



Voorzieningenaanbod

Onderstaande tabel toont de ontwikkeling van het aantal verkooppunten per branche en de ontwikkeling van het aantal vierkante meter winkelvloeroppervlakte in de detailhandelsbranches (afgerond op honderdtallen).

Verkooppunten	2016	2018	2021
Dagelijks vkp	17	17	19
Dagelijks m ²	5.100	5.000	6.300
Recreatief vkp	41	36	39
Recreatief m ²	7.900	7.800	10.100
Doelgericht vkp	12	10	10
Doelgericht m ²	1.900	1.200	1.000
Horeca vkp	10	10	16
Cultuur & ontspanning vkp	5	5	5
Diensten vkp	14	12	21
Overig vkp	0	0	0
Leegstand vkp	18	7	10
Leegstand m ² detailhandel	900	600	1.600
3 Totaal vkp	117	97	120
Totaal m² detailhandel	15.800	14.500	19.100



Hoe?

- Waar kocht men de laatste keer de negen artikelgroepen?
- Drie keer een verdieping om typen winkelgebieden te laten beoordelen (boodschappen, mode en grootschalig)
- Veldwerk september/oktober (winkels en horeca* open)
- N=187.000 - waarvan 75% na een uitnodigingsbrief (respons 10%, duidelijk hoger dan voorgaande jaren)

*behalve nachthoreca



Hoe?

- Uitkomsten gewogen en gekoppeld aan beschikbare omzetkengetallen 2016 en 2018 plus een schatting voor 2021
- Toeristische bestedingen toegevoegd op gemeenteniveau met ook daar een schatting voor 2021
- Vergeet a.u.b. de cijfers uit 2016 en 2018, de nieuwe 2016 en 2018 zijn accurater en bovendien zonder BTW
- Resultaat is inzicht voor:
 - 195 gemeenten
 - 619 winkelgebieden

Omzetkengetallen 2020

Ten behoeve van ruimtelijk economisch onderzoek

Deze notitie bevat omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk economisch onderzoek. Met deze notitie bieden wij een uniforme berekening van de omzetkengetallen die als input dienen voor een ruimtelijk economisch onderzoek. De omzetkengetallen bestaan uit de omzet per hoofd van de bevolking en de omzet per vierkante meter.

Juli 2021

Opdrachtgever: Panteia
Statistisch uitvoerder: Panteia

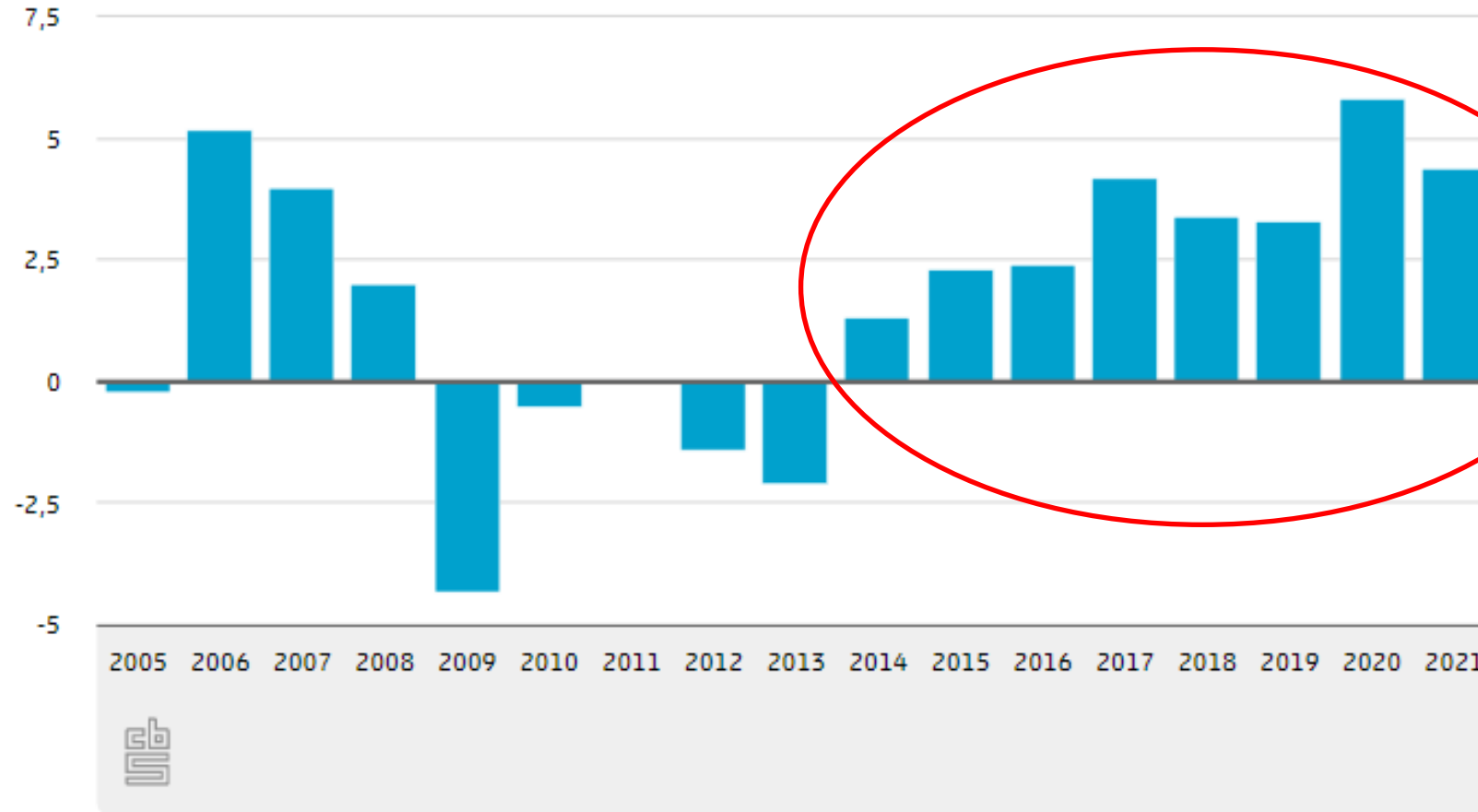


NBTC Nederlands Bureau
voor Toerisme &
Congressen

Waar kwamen we vandaan? Zeven goede jaren voor de 'sector'

Omzet detailhandel* (koopdaggecorrigeerd)

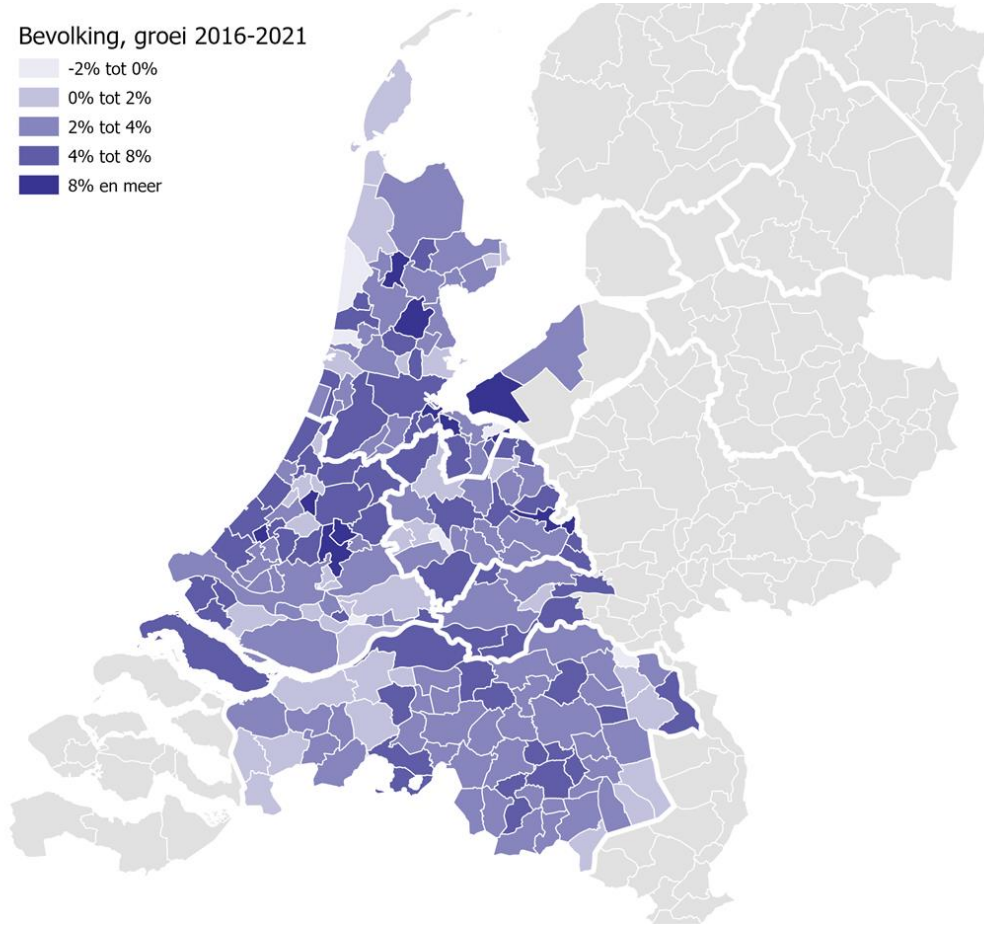
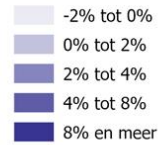
%-verandering t.o.v. jaar eerder



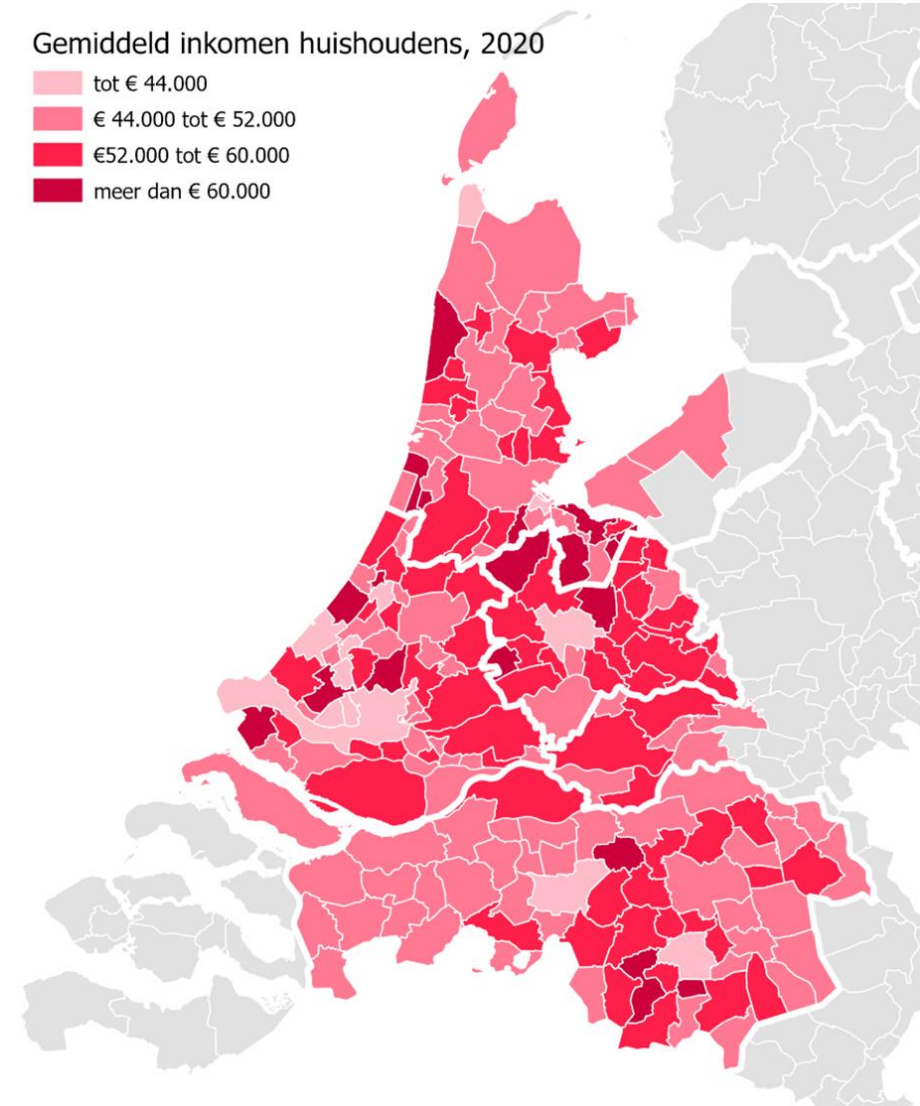
*exclusief tankstations en apotheken

Bevolkingsgroei en inkomensontwikkeling stuwden de omzet

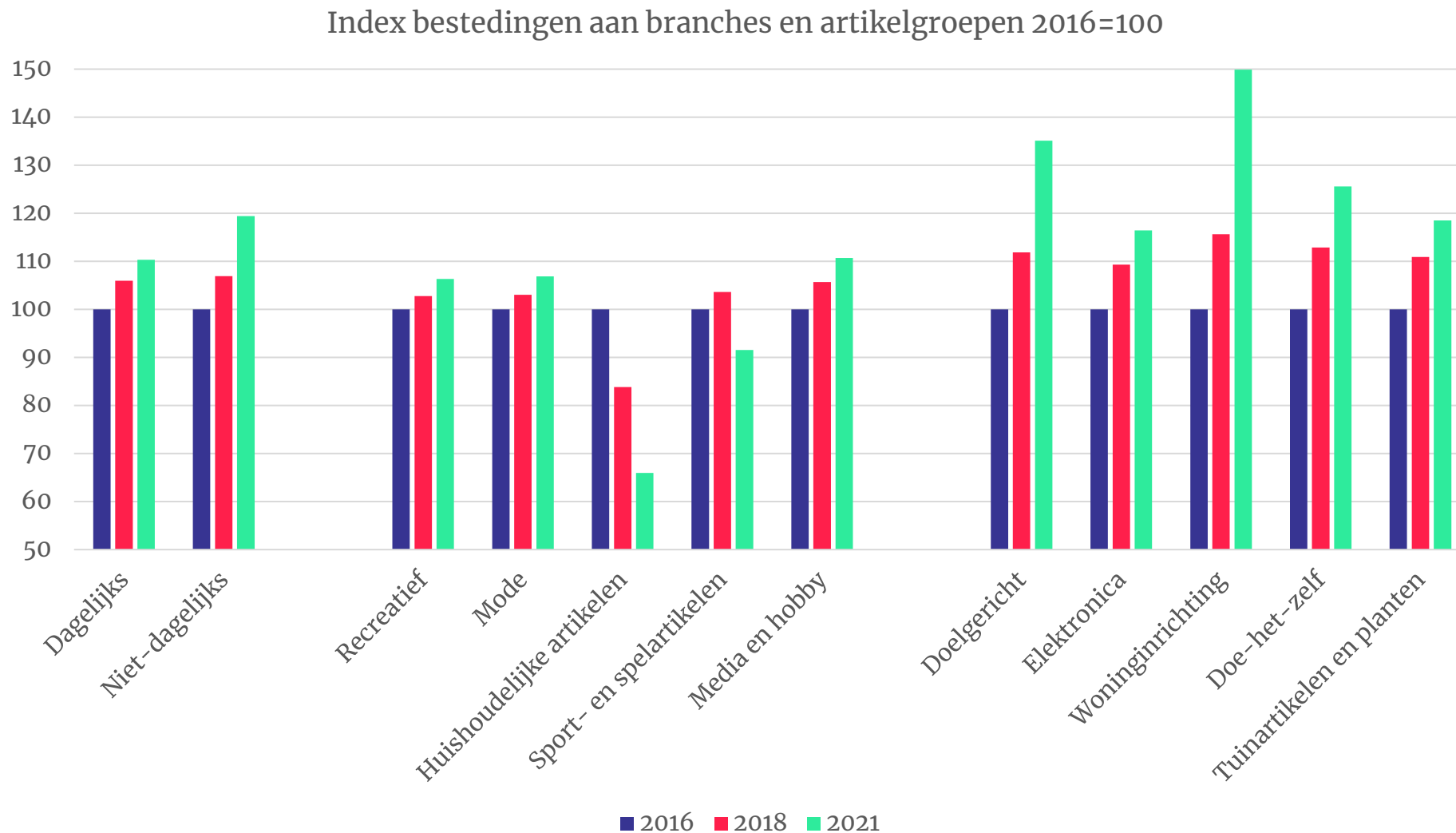
Bevolking, groei 2016-2021



Gemiddeld inkomen huishoudens, 2020



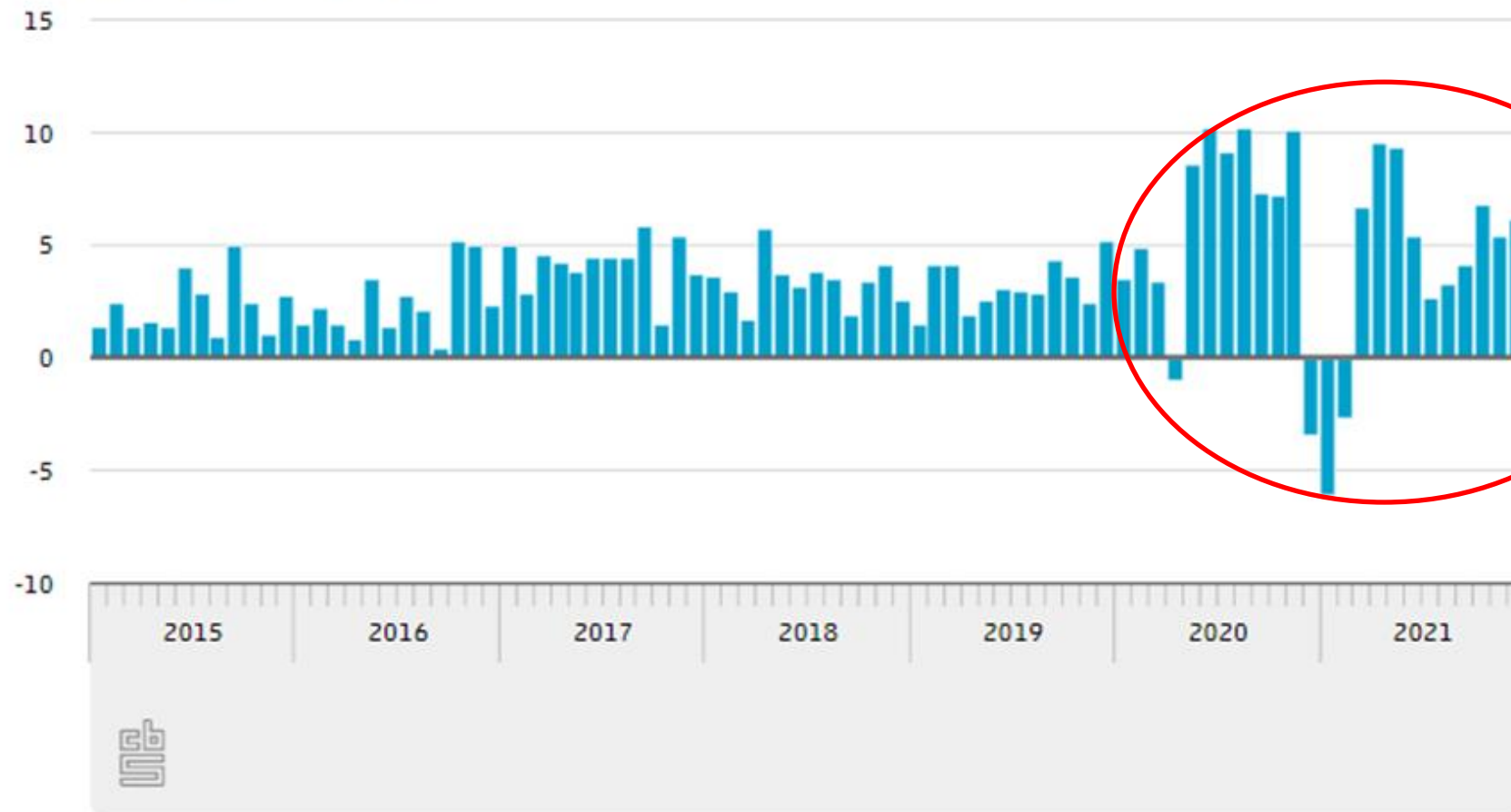
Bestedingen stegen bovendien, maar niet over de hele linie



Waar gaan we naar toe? Grilliger beeld sinds corona

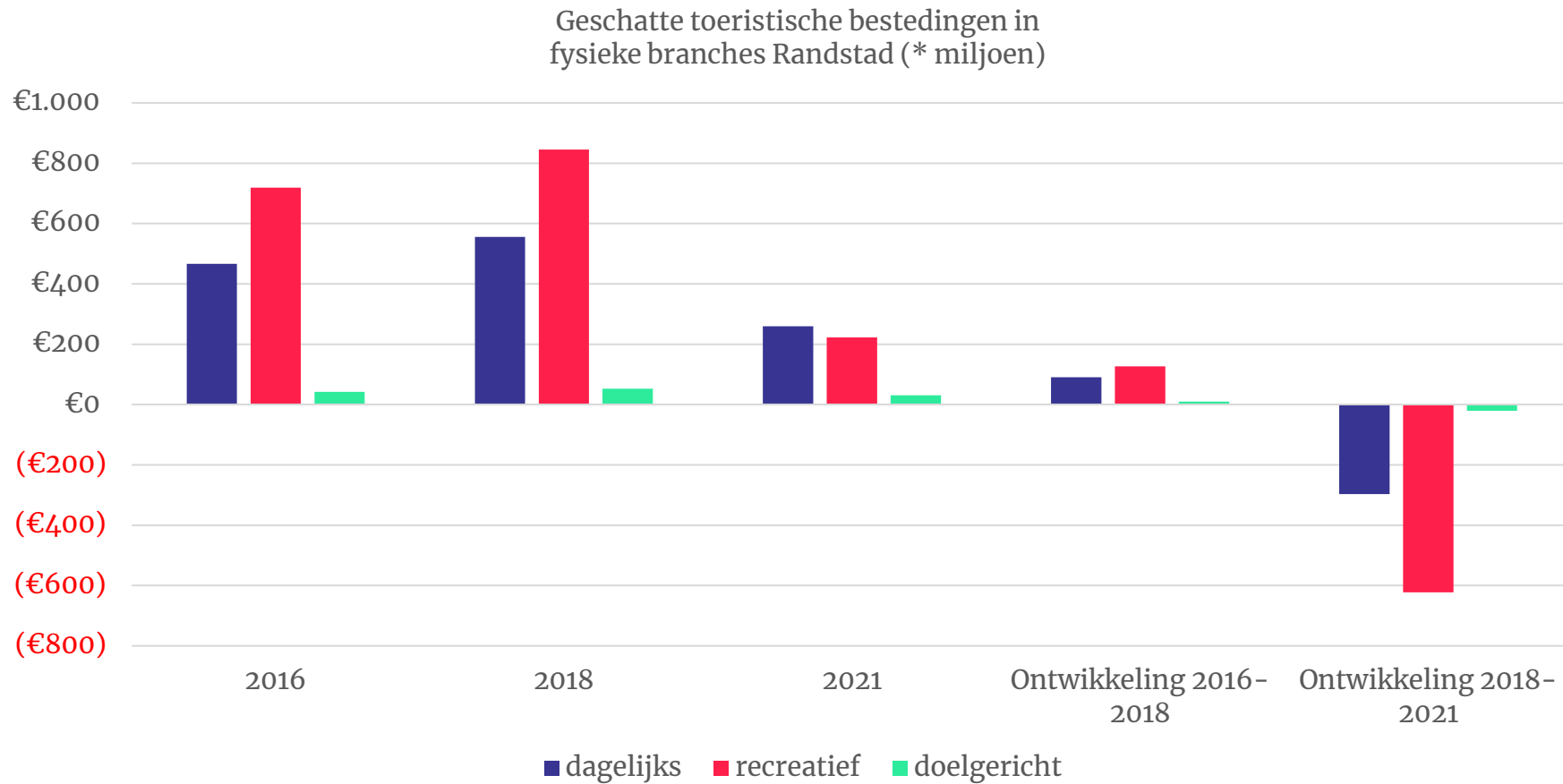
Omzet detailhandel* (koopdaggecorrigeerd)

%-verandering t.o.v. jaar eerder

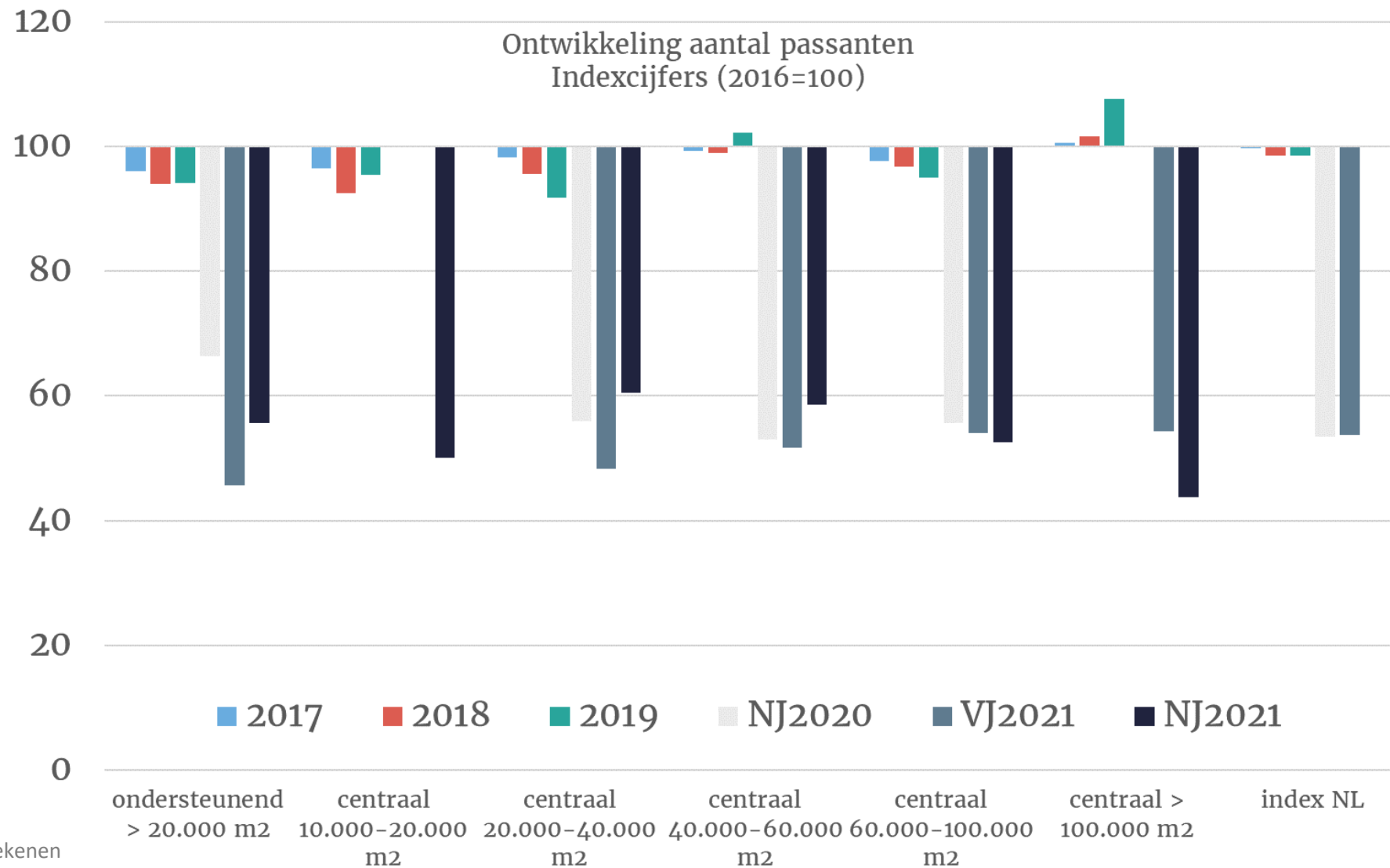


*exclusief tankstations en apotheken

Toeristische bestedingen daalden door corona

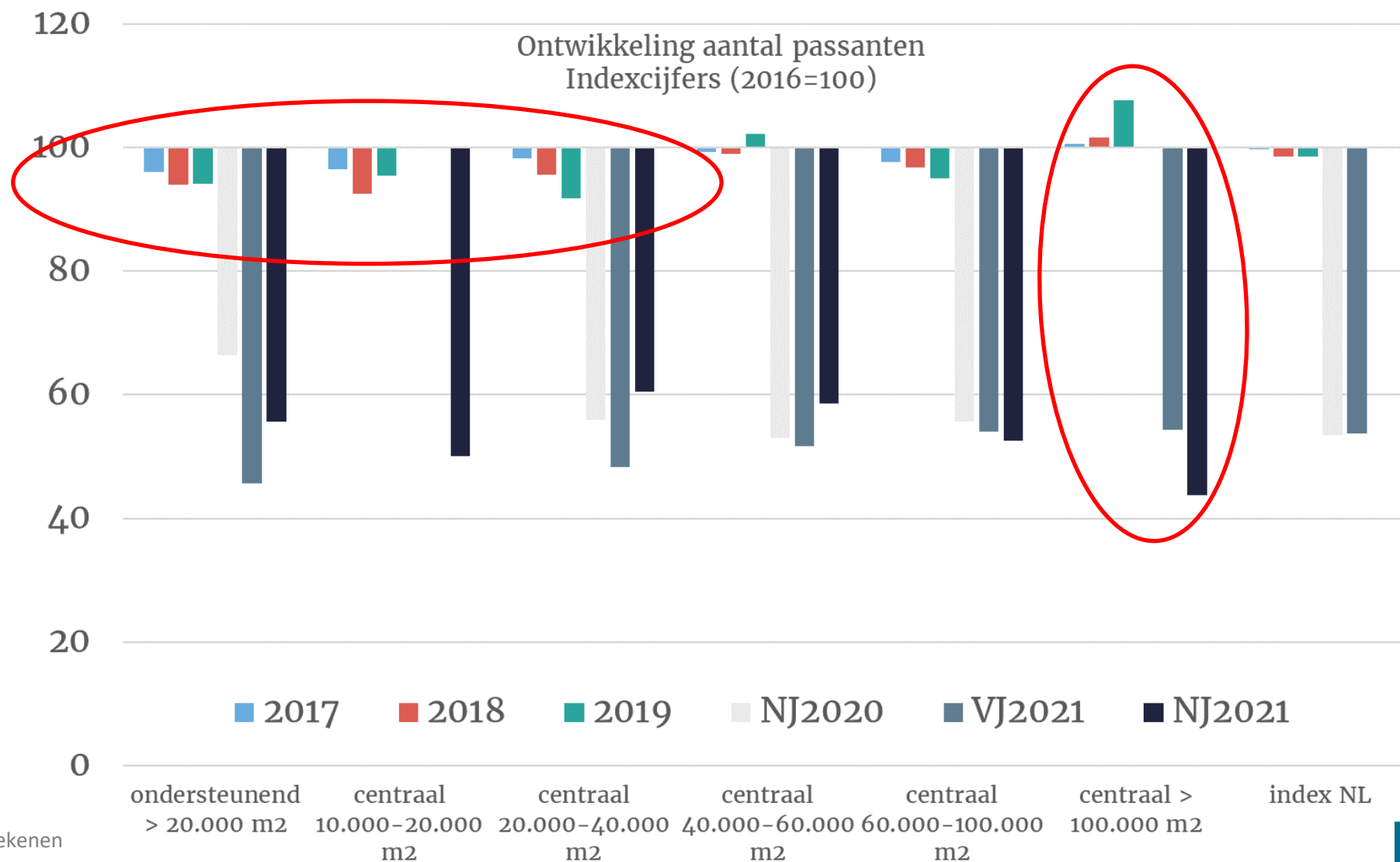


Ook andere passanten in winkelstraten bleven (tijdelijk) weg*



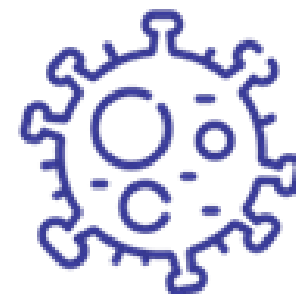
*Er zijn inmiddels tekenen van enig herstel

Daling passanten al eerder zichtbaar, G4 nog minst op niveau*



*Er zijn inmiddels tekenen van enig herstel

Corona effect



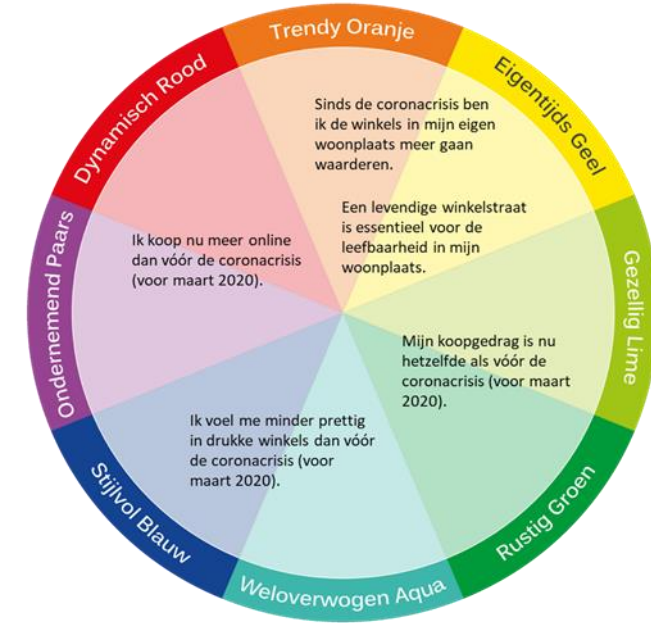
- Ongeveer 30% respondentent rapporteert ander koopgedrag dan voor corona, jongeren vaker dan ouderen
- Door corona zegt men per saldo meer boodschappen* en meer mode online te kopen (voor de meerderheid een blijvend effect, zeggen ze zelf)
- Doelgerichter, wat korter, wat minder vaak overdekt, wat vaker lopen en de auto en minder vaak openbaar vervoer

* vooral bij hogere inkomens

Corona effect

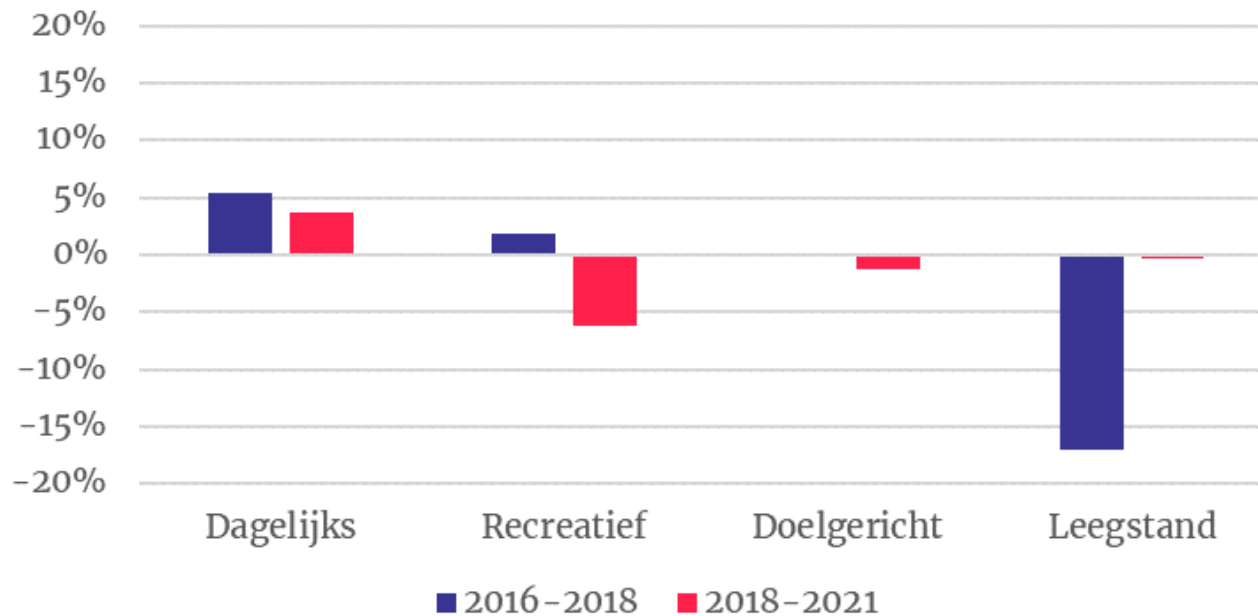
- Ruimte om 1,5 meter afstand te houden speelt bescheiden rol bij keuze winkelgebied, nabijheid als bezoeks-motief gestegen
- Veiligheid en gezondheid is juist een wat sterker motief om online te kopen*
- Meer lokaal kopen vaker vanwege corona dan vanwege loyaliteit (maar ook uitzonderingen)
- Effect corona mogelijk anders voor verschillende klantsegmenten (komen we dit voorjaar op terug)

*net als 'een fysieke beperking'



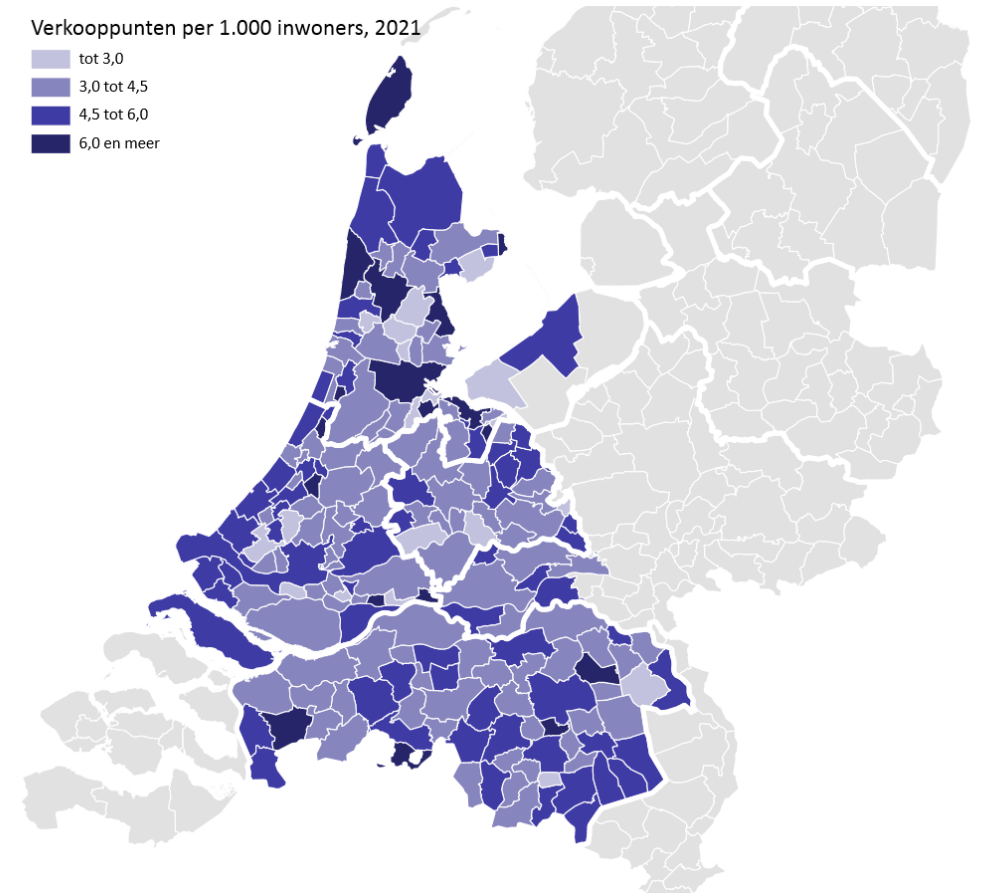
Dagelijkse meters groeiden door, recreatief daalde, afname leegstand stagneerde*

Ontwikkeling winkelvloeroppervlakte detailhandel
Onderzoeksgebied

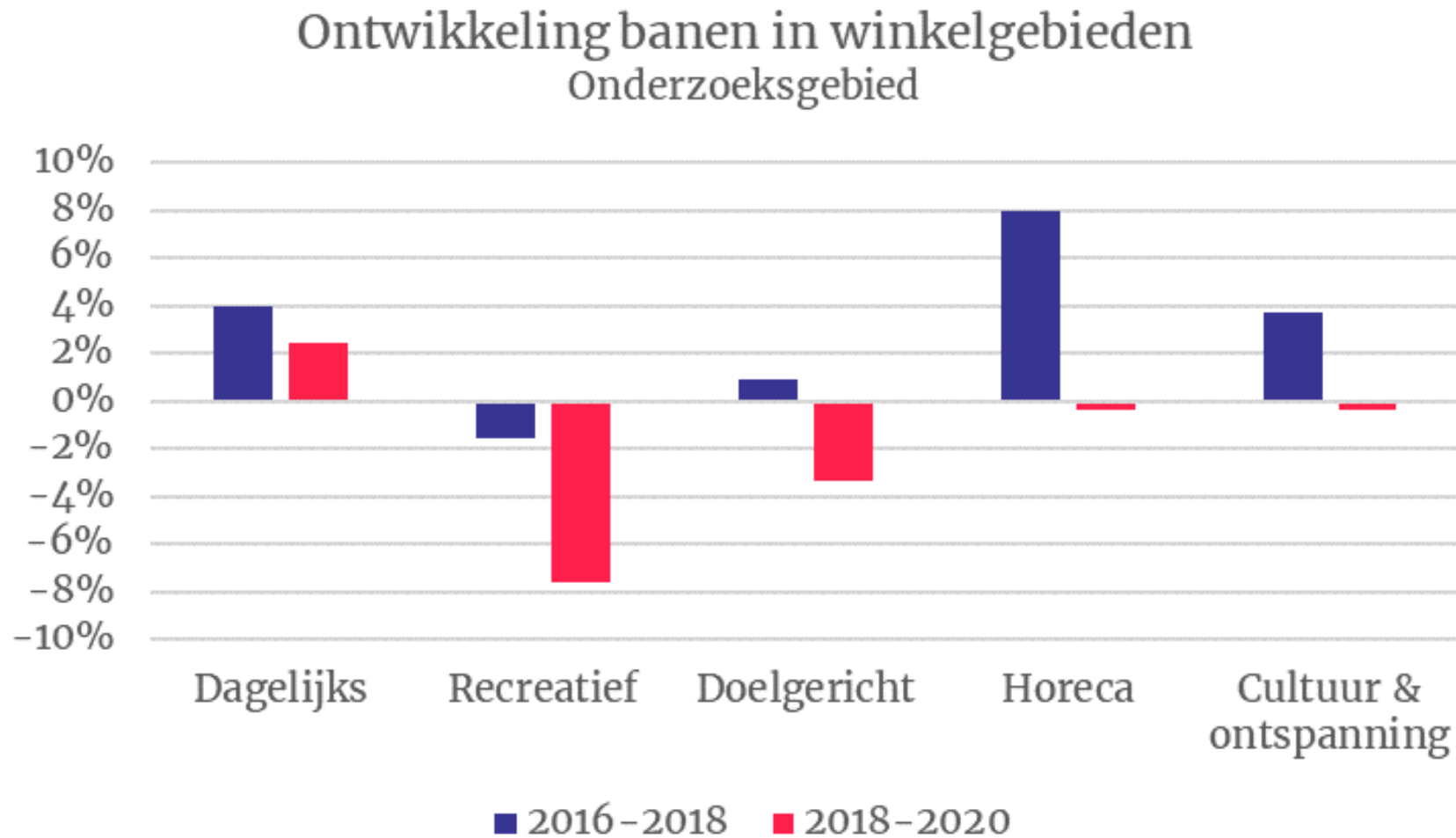


Locatus®

*Downloaddatum Locatus steeds 1 september!

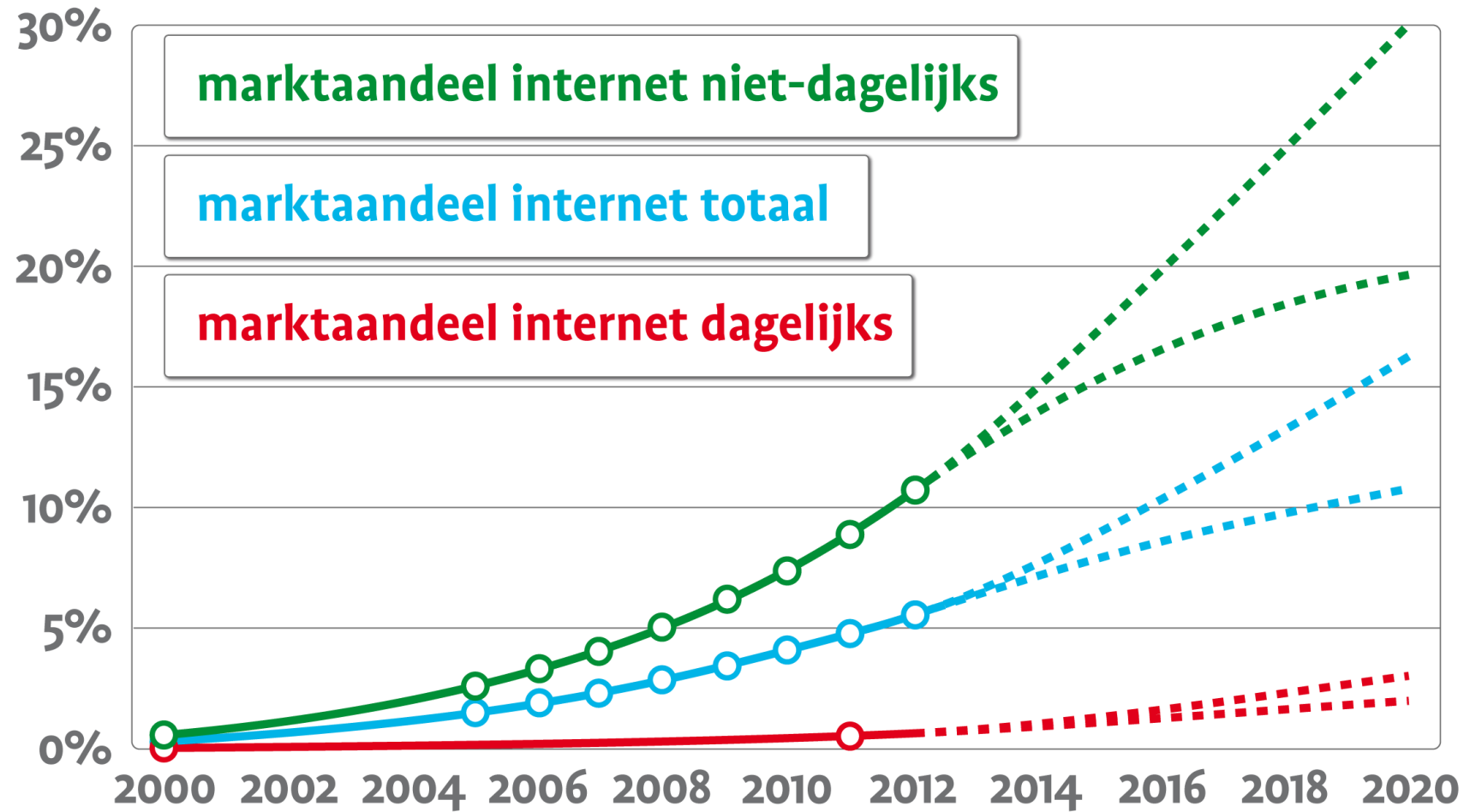


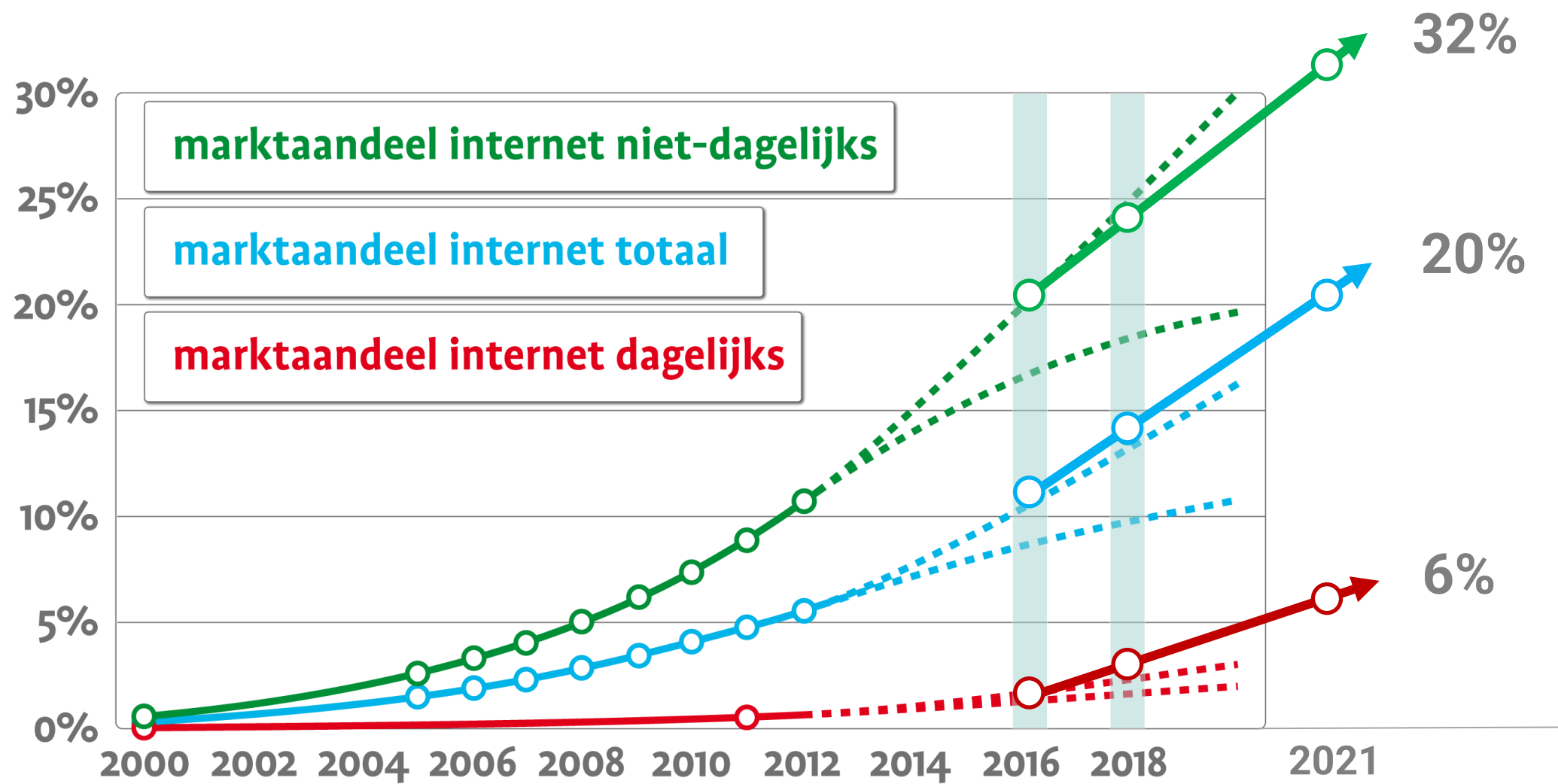
Werkgelegenheid veranderde van kleur*



*Cijfers 2021 eind Q1 beschikbaar

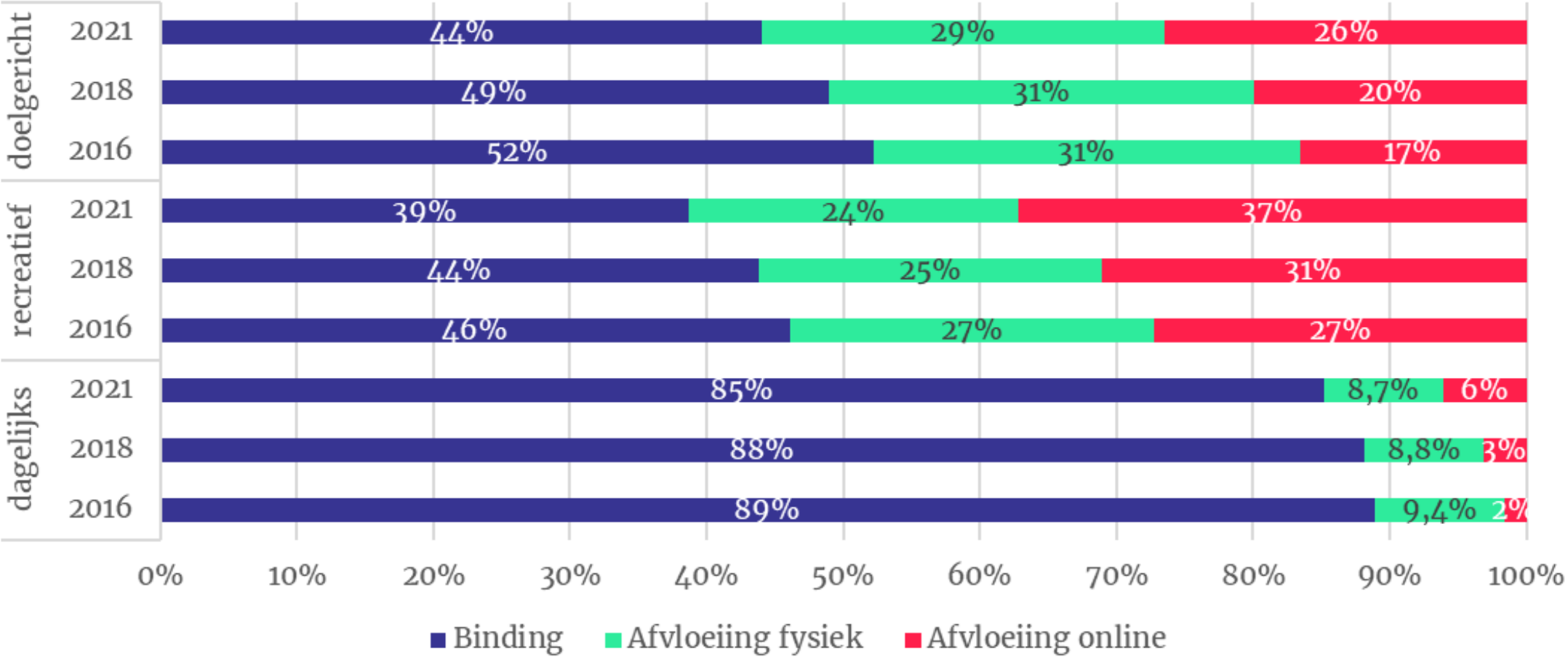
Online groeide door, maar hoe?





Bindingen daalden dan ook* - maar ook de afvloeiing fysiek

Ontwikkeling aandeel binding en afvloeiing



*Randstad – In Noord-Brabant ligt de bindingen gemiddeld wat hoger



Verdieping en verwachting

Conclusies Randstad 2018 (t.o.v. 2016)

- Online stijgt door, binding neemt verder af
- Grootste binnensteden doen het nog goed*
- Buurt- en wijkcentra blijven op peil**
- Middelgrote centra hebben het zwaarder
- Woonboulevards komen uit het dal

* Vooral door het groeiend (internationaal) toerisme ** vooral in de dagelijkse sector

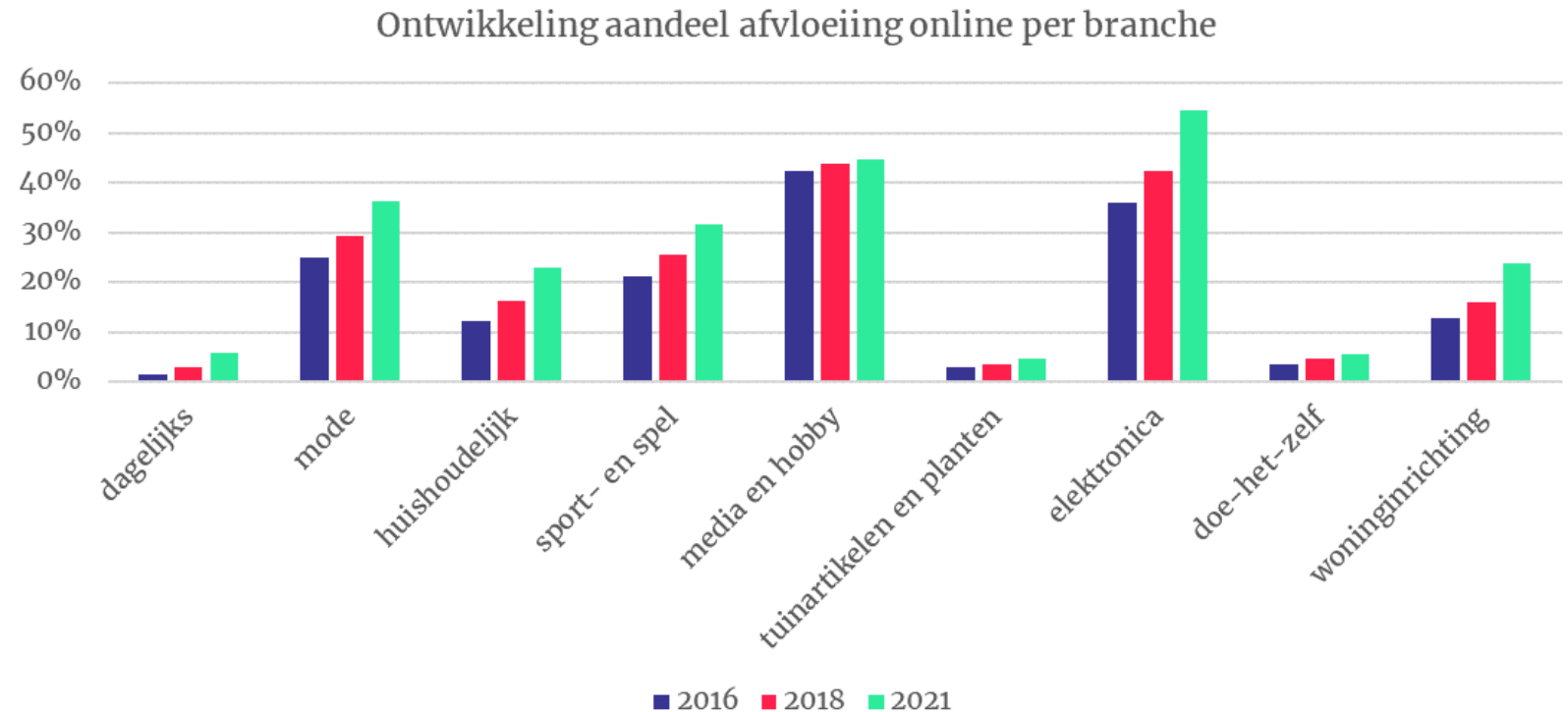




Opmars online zet door...

Ontwikkeling online*

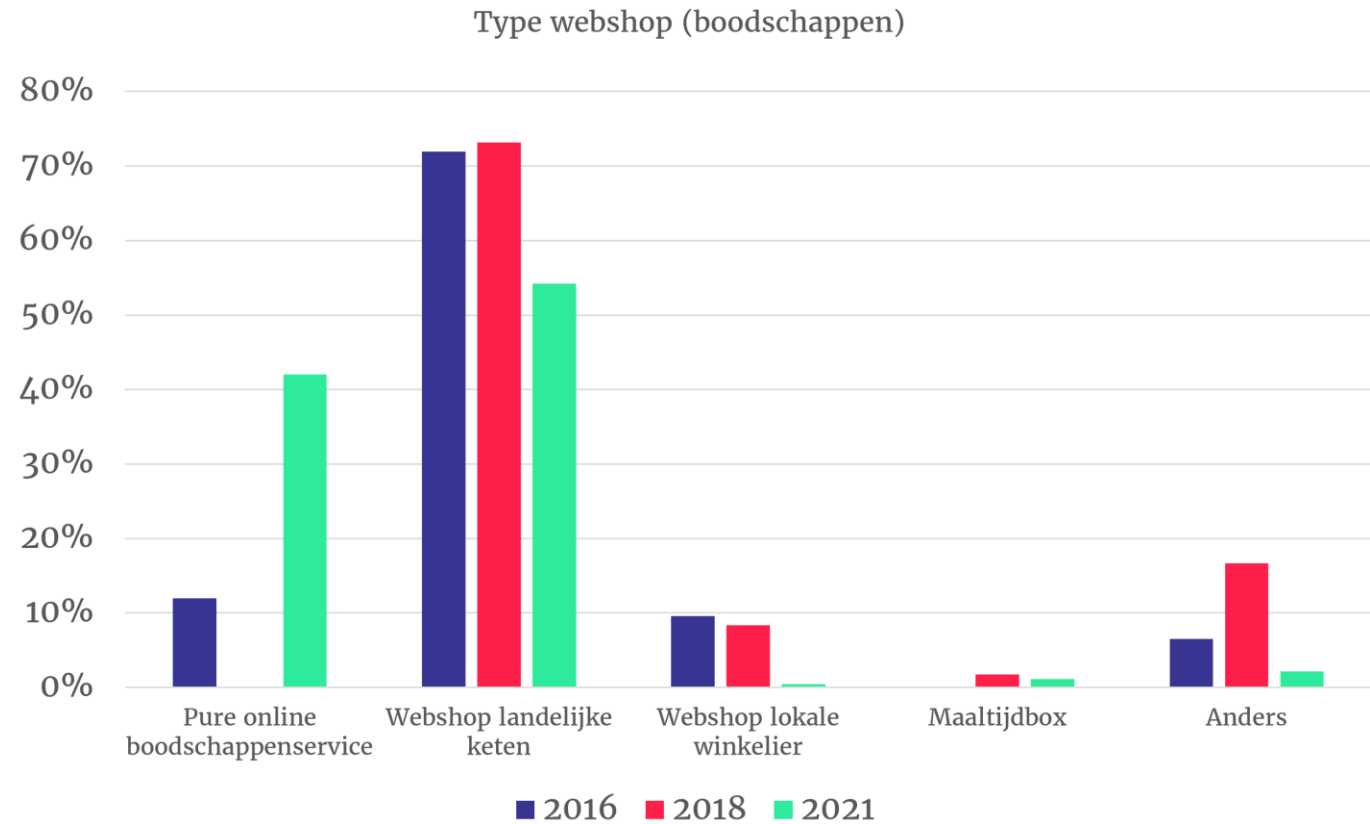
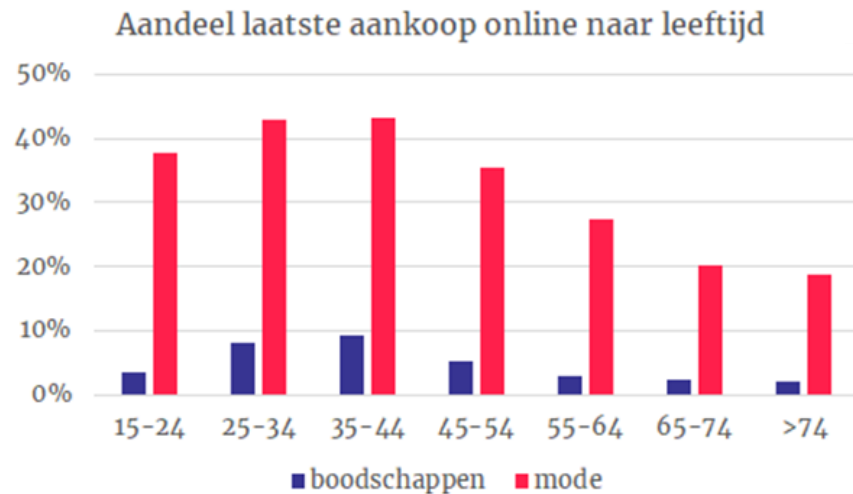
- Online oriëntatie blijft toenemen
- Ook klassiek fysieke artikelgroepen groeien
- Einde groei nog niet in zicht



* Randstad. Noord-Brabant 2021 lagere online afvloeiing

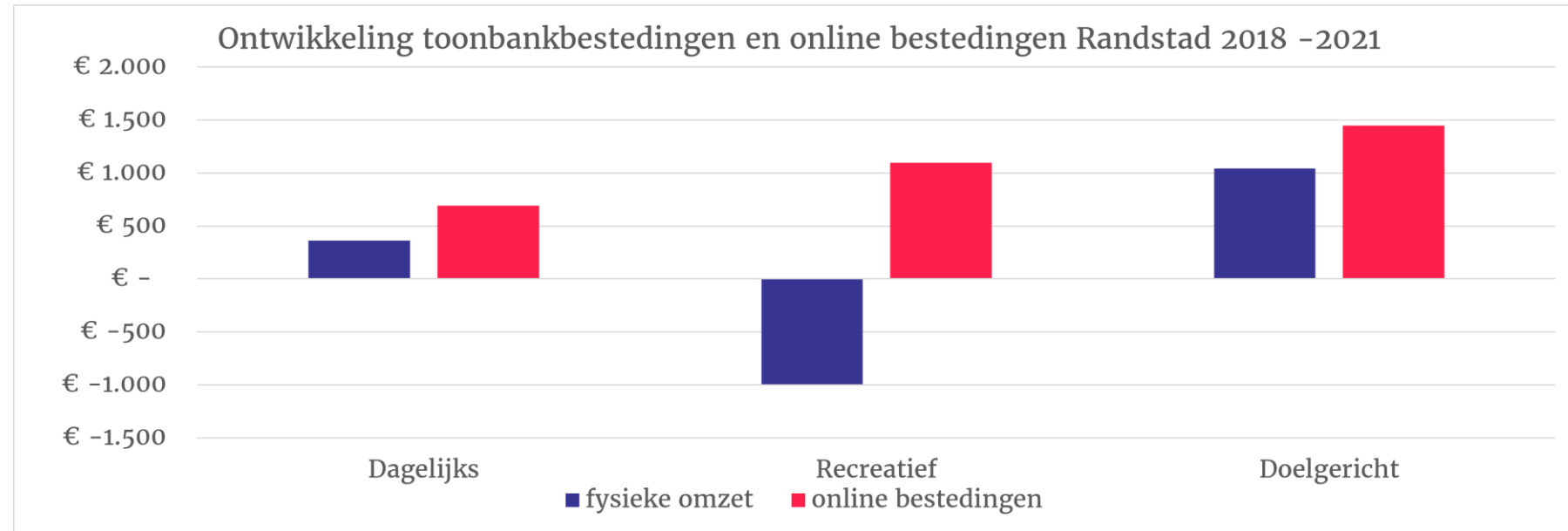
Kanaal en leeftijd

- Pure webwinkels wonnen terrein vooral bij boodschappen
- 25 tot 45 jarigen kopen meest online

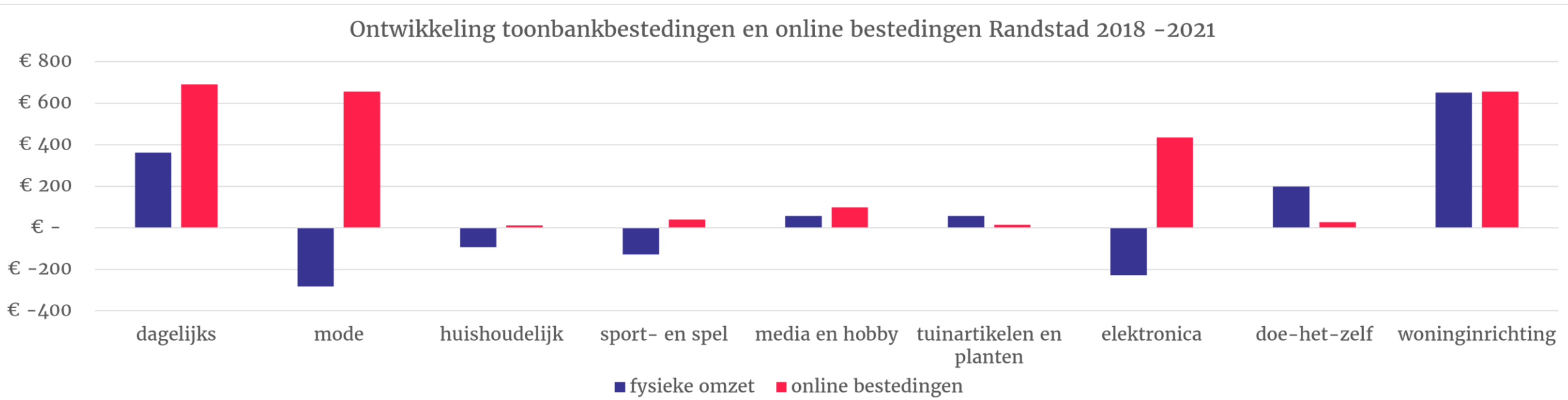


Toonbankbestedingen en online bestedingen

- Sterke groei online bestedingen
- Online groei groter dan groei toonbankbestedingen
- Alleen in recreatief daalden de fysieke bestedingen



Toonbankbestedingen en online bestedingen



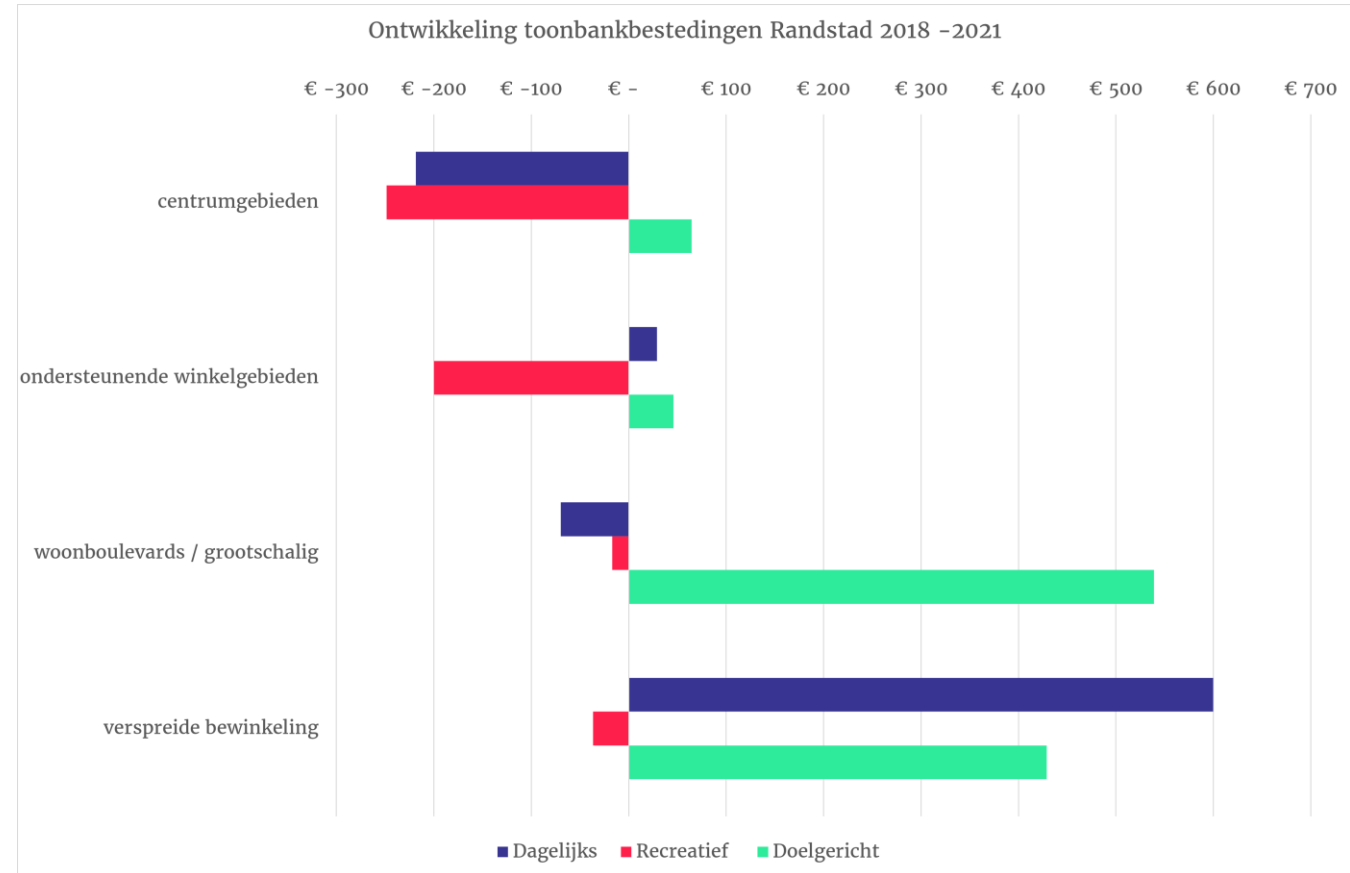
- In nagenoeg elke branche groeiden onlinebestedingen fors meer dan de toonbankbestedingen
- Enige uitzonderingen: tuinartikelen en planten, DHZ en (in mindere mate) wonen



.. en heeft effect op functioneren
winkelgebieden

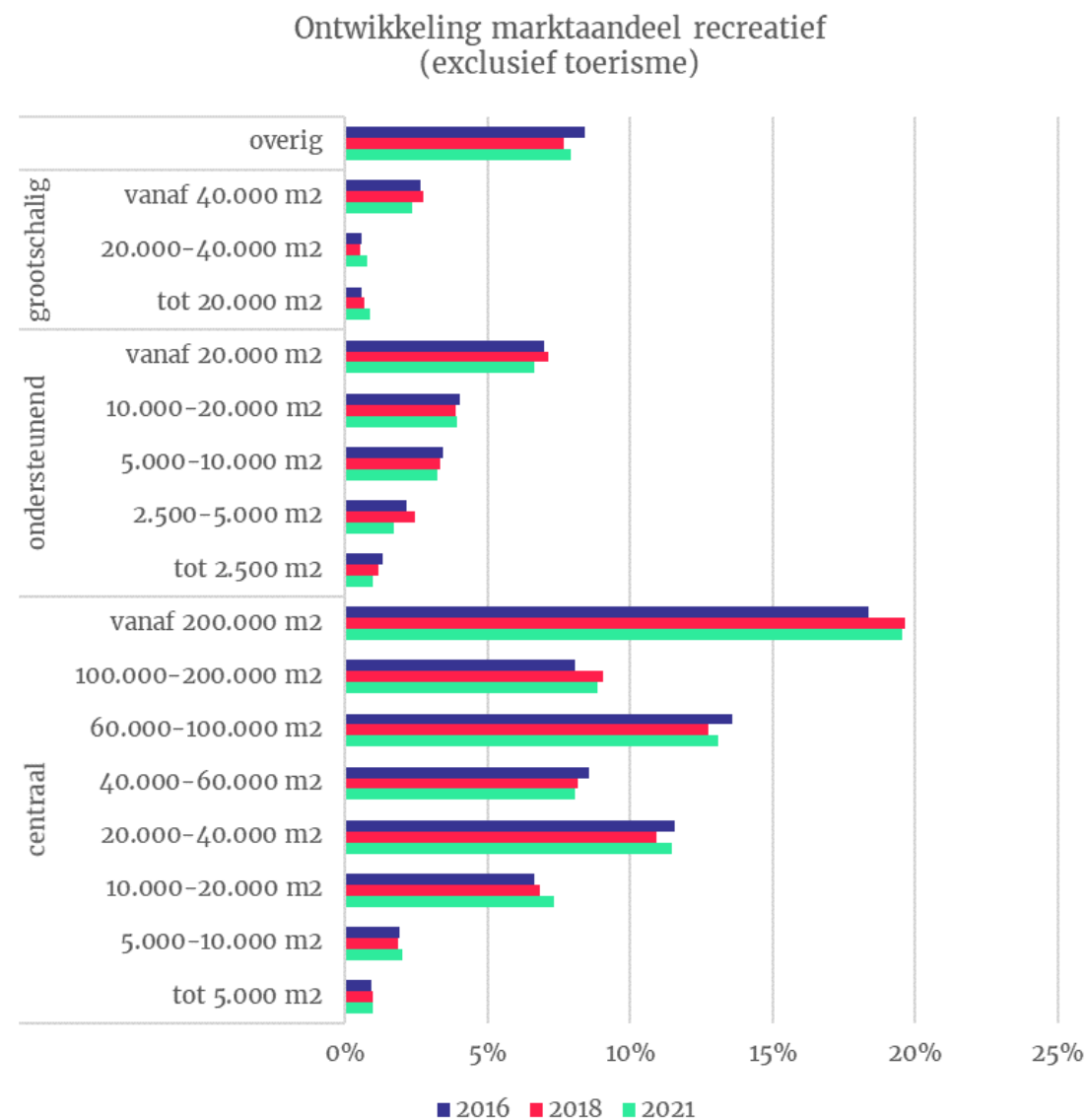
Effect op winkelgebieden

- Centrale winkelgebieden profiteren niet van groei toonbankbestedingen dagelijks
- Centrale en ondersteunende winkelgebieden verliezen omzet
- Woonboulevards profiteren van groei doelgerichte sector
- Groei dagelijks zit hem vooral in categorie verspreid



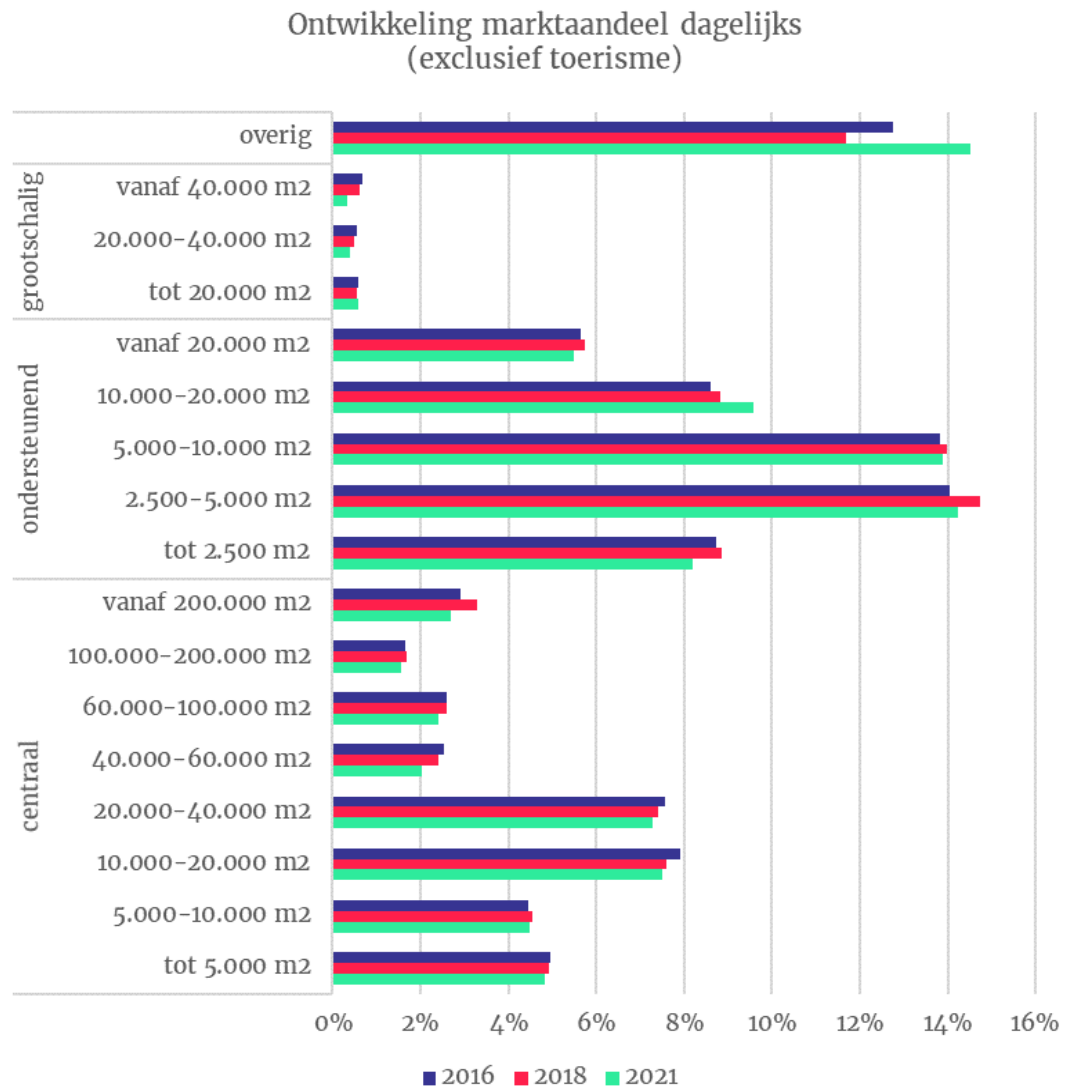
Bescheiden mutaties in marktaandelen recreatief

- Verlies van marktaandeel in de (grootste) centrale winkelgebieden
- Maar minstens zo groot is het verlies van marktaandeel van de recreatieve sector in de ondersteunende centra
- Erosie van de recreatieve sector in de kleinste van deze centra



Relatief grote verschuiving in marktaandelen dagelijks

- In alle centrale winkelgebieden onder druk
- Ook in nagenoeg alle grootteklassen van de ondersteunende centra verliest de dagelijkse sector marktaandeel
- Grote winnaar: verspreide locaties (en in mindere mate de boodschappencentra van 10-20.000 m2)





Lokaal kopen, maar ook...

Lokaal kopen niet overal zichtbaar

- Eenduidig antwoord niet te geven
- Meer vanuit gemak en efficiency dan uit loyaliteit
- Grote verschillen tussen sectoren en gemeenten
- Lokaal kopen vooral zichtbaar in dagelijkse sector
- In doelgerichte sector is dominante trend juist om grotere afstanden te overbruggen
- In de recreatieve sector is het beeld zeer diffuus





Winnaars en verliezers

Winnaars en verliezers, 3 jaar later

- In nagenoeg alle sectoren en type winkelgebieden wordt pijn gevoeld door 2 jaar corona
- Grootste binnensteden: van grote winnaars in 2018 tot grote verliezers in 2021
- Online wederom de grootste winnaar, in alle sectoren
- Op gepaste afstand de fysieke winkels in de doelgerichte sector: grootschalige locaties
- Diffuus beeld bij middelgrote centra





**Investeren in centrumgebieden
loont**

Investeren in centrumgebieden loont

- Meest zichtbaar in The Mall of Netherlands en Utrecht Centrum (Hoog Catharijne)
- Maar ook zichtbaar in de centra van (bv.) Leiden, Capelle aan den IJssel, Hilversum en Oss
- Investeren in kwaliteit (identiteit, look & feel) en samenwerking

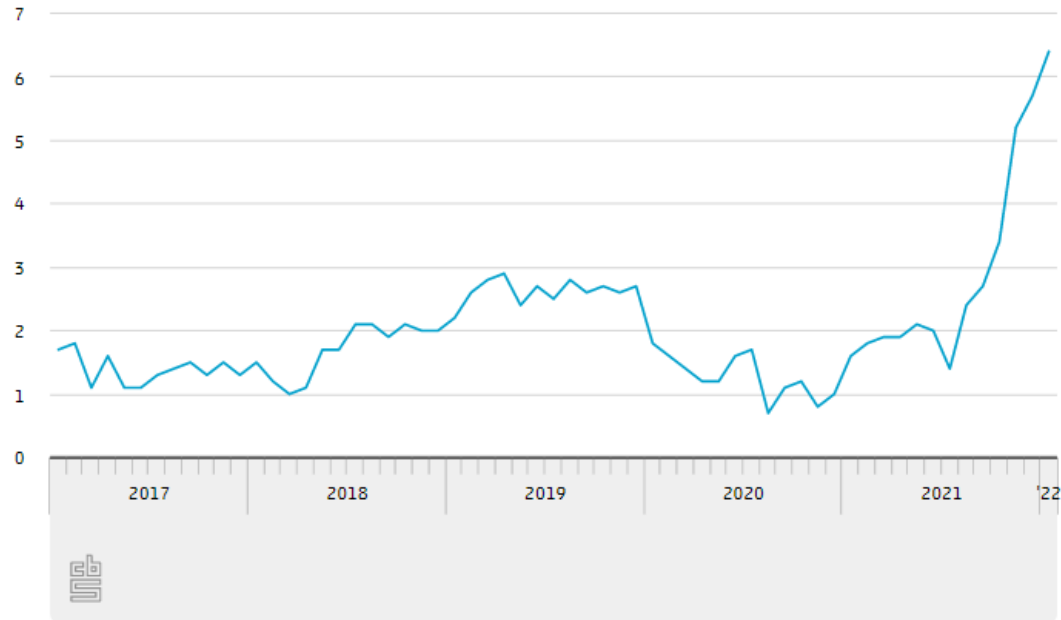


Verwachting.....

Waar gaat het naar toe?

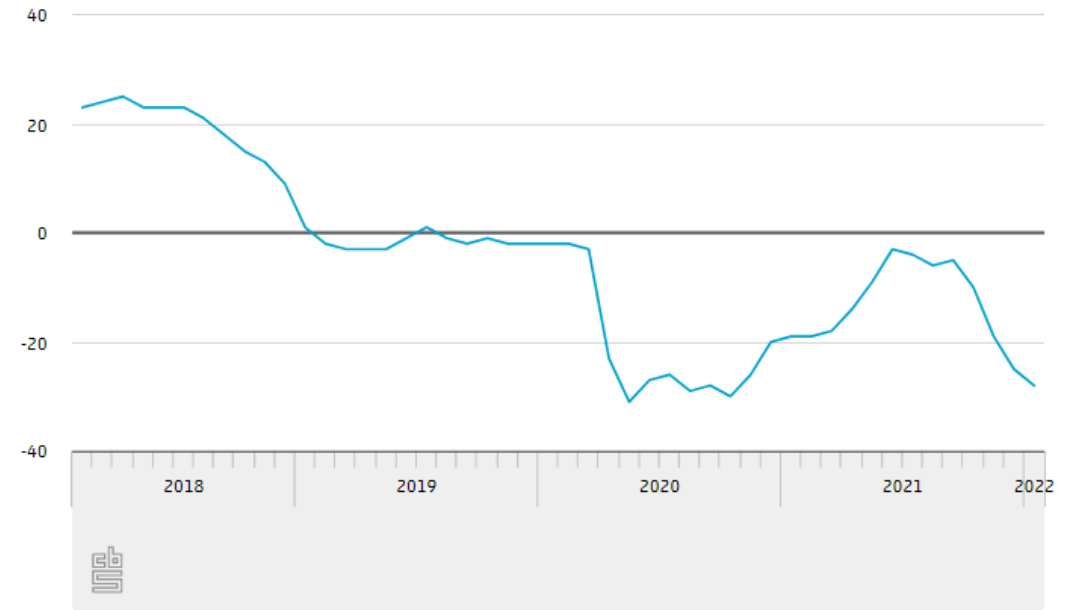
Consumentenprijsindex (CPI)

% verandering t.o.v. een jaar eerder



Consumentenvertrouwen, seizoengecorrigeerd

gemiddelde van de deelvragen



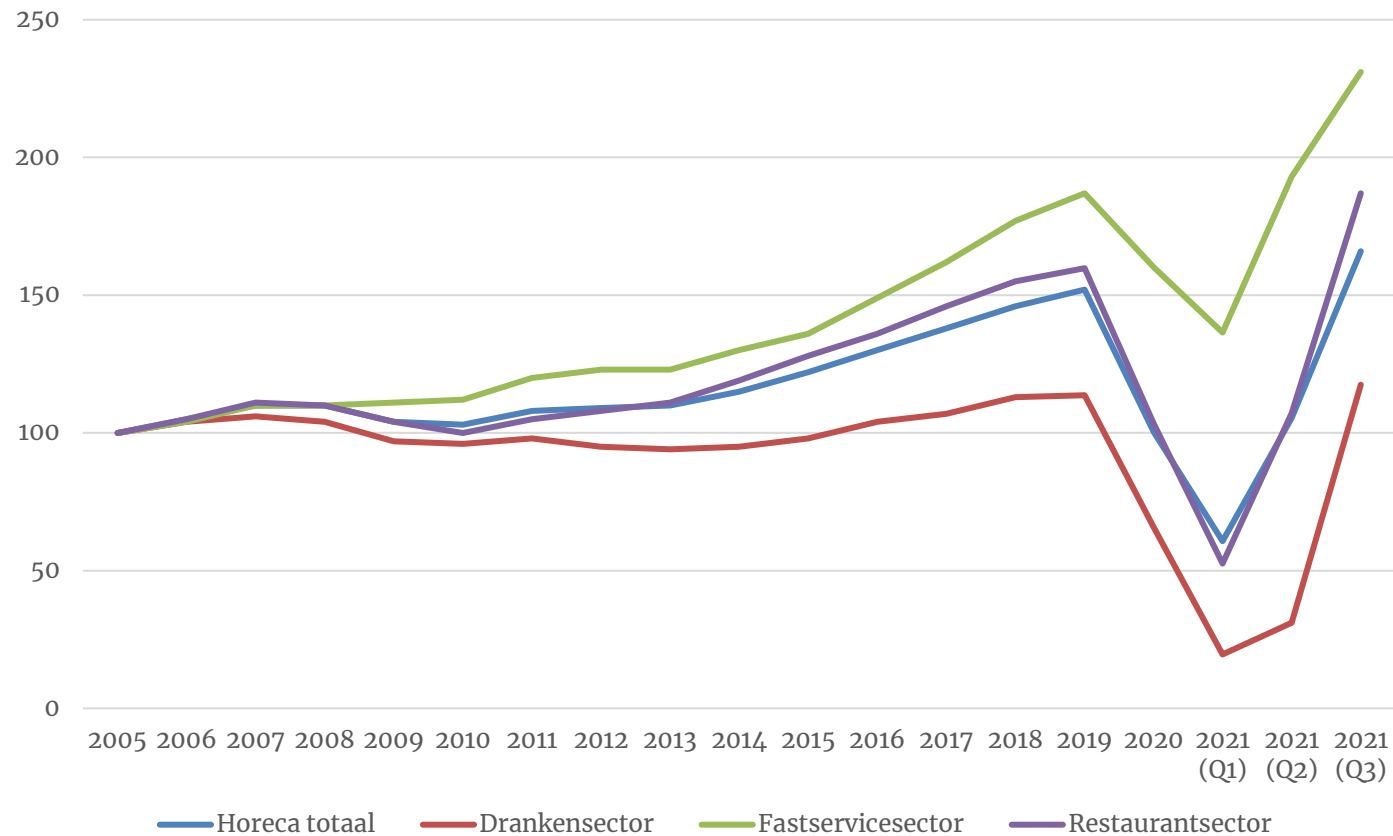


Horeca

Is eten en drinken het nieuwe winkelen?

Context

Omzetontwikkeling horeca Nederland (2005=100)



Bron: CBS

Het Parool

Nederland

Wereld

Kunst & Media

Sport

Nieuws

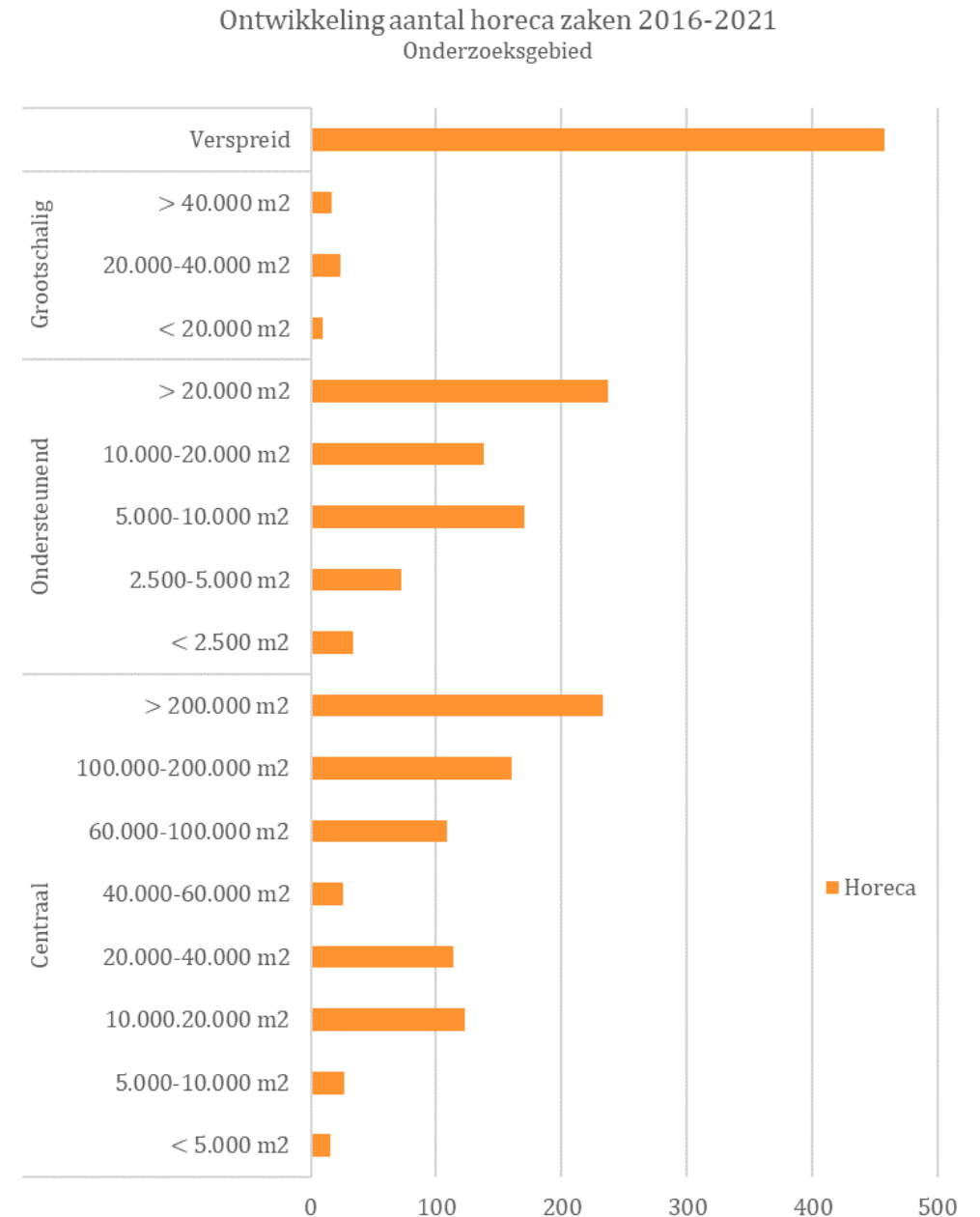
Kabinet wil volle cafés en theaters toestaan, horeca open tot één uur 's nachts

Het oude normaal lonkt: vanaf 25 februari wil het kabinet de 1,5 meter helemaal loslaten. Ook krijgen horeca, cultuur en alle andere plekken waar het coronatoegangsbewijs geldt veel meer ruimte. Meer mensen zijn daar welkom, zonder afstandsregel. De sluitingstijd gaat naar 01.00 uur.

Tobias den Hartog en Niels Klaassen 10 februari 2022, 19:56

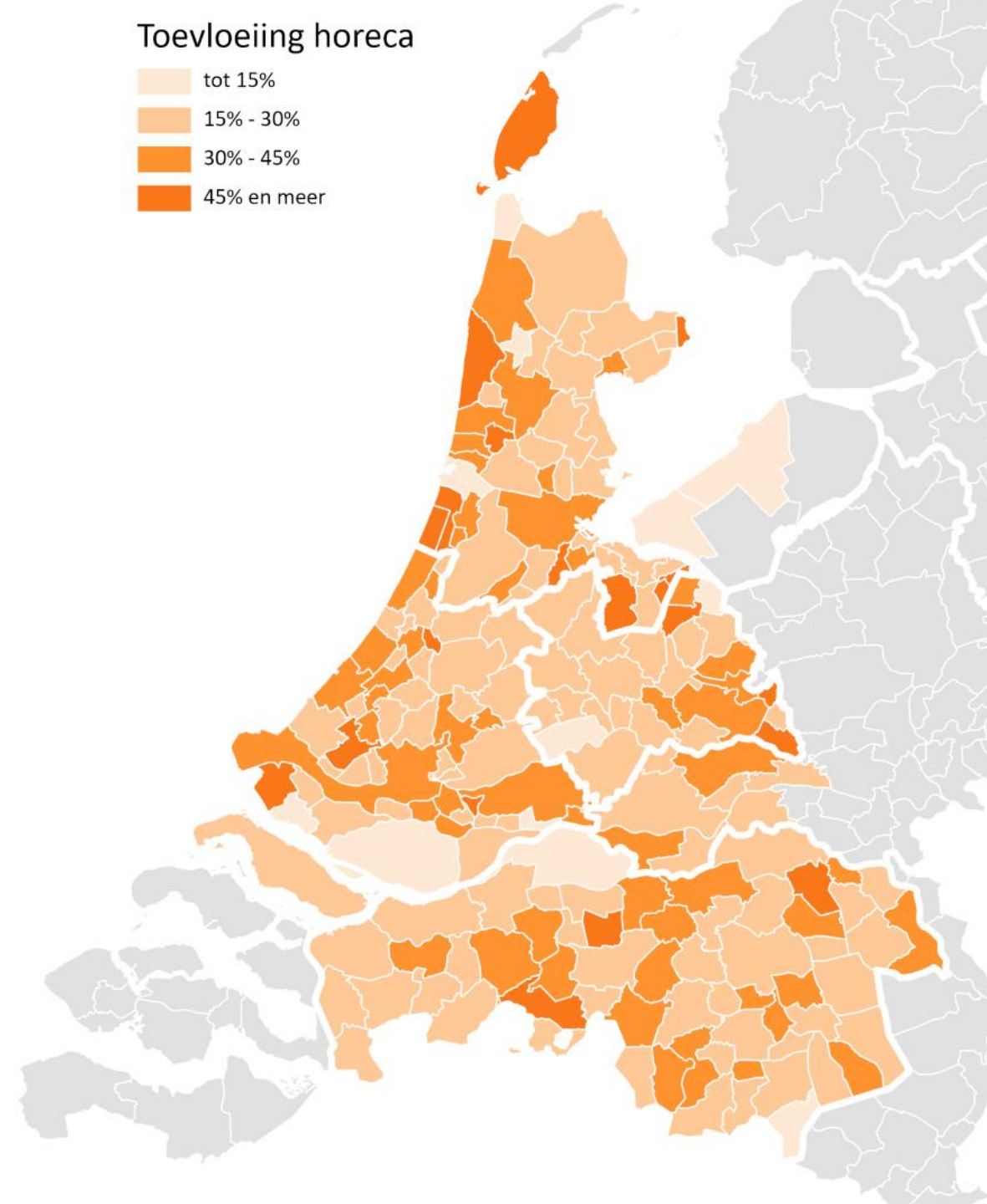
Aanbod horeca

- Aanbod neemt overal toe
- Met name grote winkelgebieden
- Ook veel solitaire ontwikkelingen



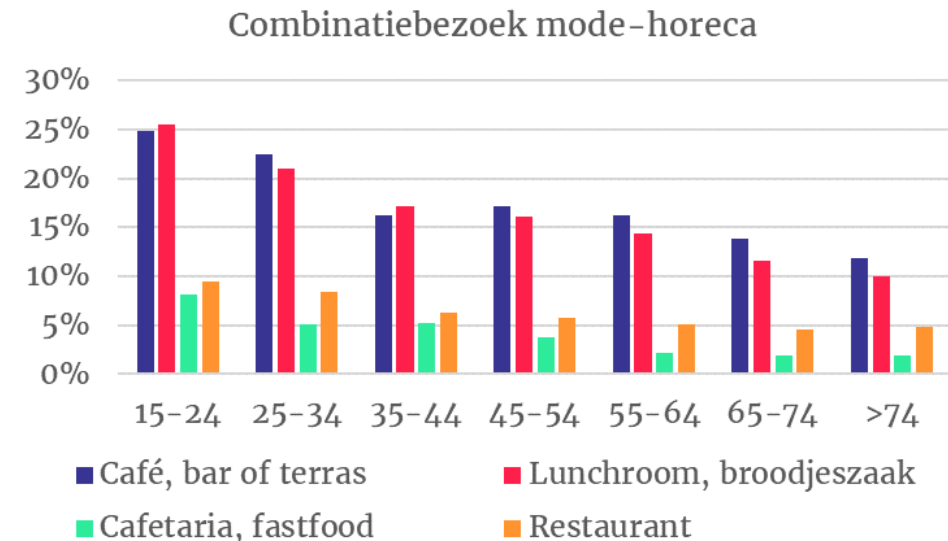
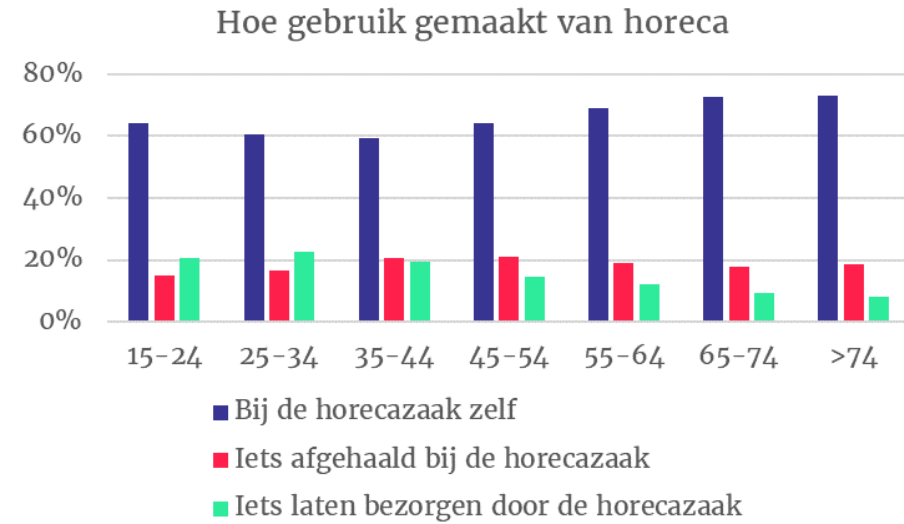
Stromen horeca - toevloeiing

- Toeristische attracties / natuurgebieden
- Kustgemeenten
- Grote toeristische steden



Horeca – ‘online’ en combinatiebezoek

- Leeftijdseffect zichtbaar
- Online heeft impact
- Combinatiebezoek mode – horeca hoog
- Mogelijk effect verlies mode aanbod





Opgaven

Opgaven

Funciemix verschuift

- Afname (recreatieve) winkels, groei online
- Mode voorbode voor andere winkelbranches?
- Groei andere functies (horeca, cultuur & ontspanning)
- Transformatie naar wonen, werken, maatschappelijk
- Communicerende vaten? Wie neemt initiatief?
- Compacte centra (transformatie)



Opgaven

Efficiënt winkelen versus beleving

- Gemak, nabijheid en efficiëntie nemen toe
- Tegelijkertijd: winkelgebieden naar verblijfsgebieden
- Profiel bepalen



Opgaven

Aandacht voor centrumgebieden

- Blijven investeren in centra
- Plan capaciteit ongewenste locaties
- Samenwerking





Toepassing

Provinciehoofdstukken



Ruimtelijk koopgedrag in de Randstad en Noord-Brabant 2021

Provincie Zuid-Holland

Koopstromenonderzoek 2021

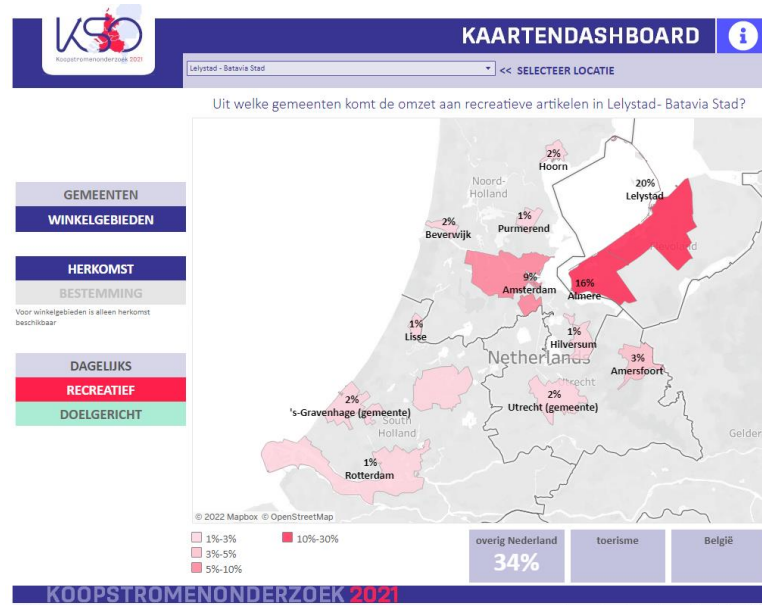
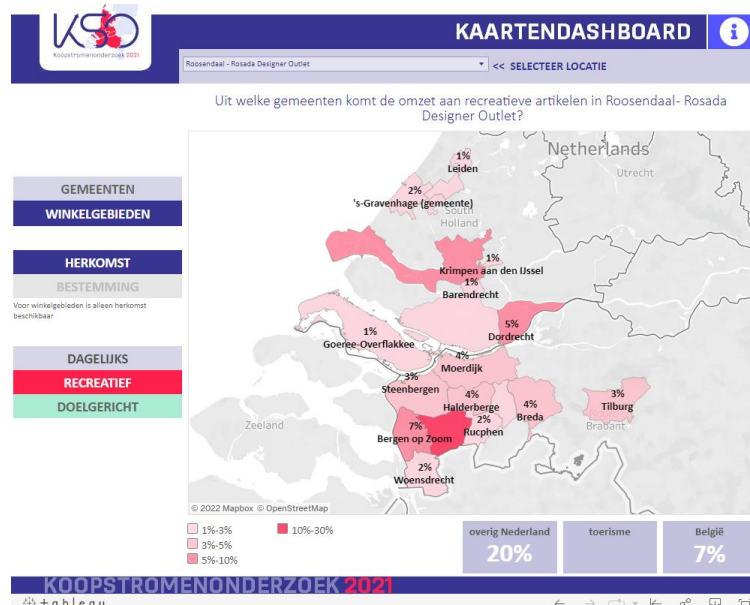
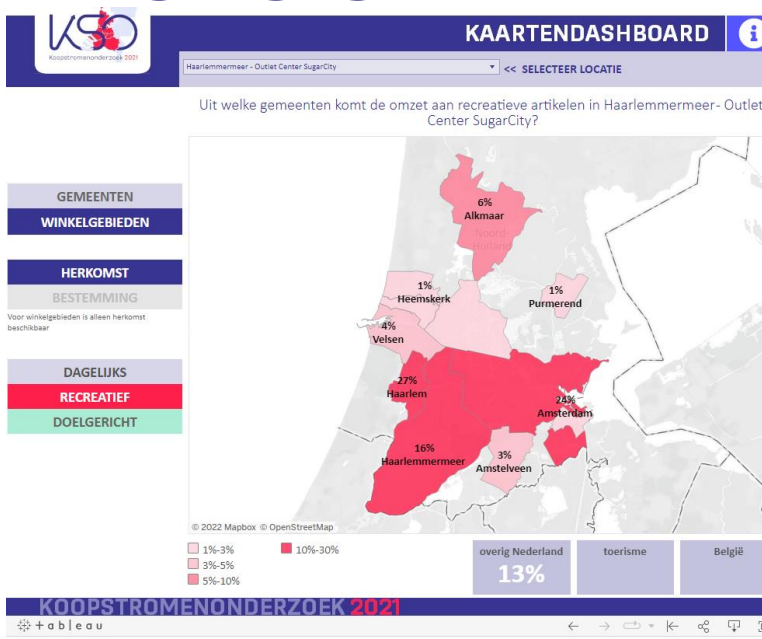
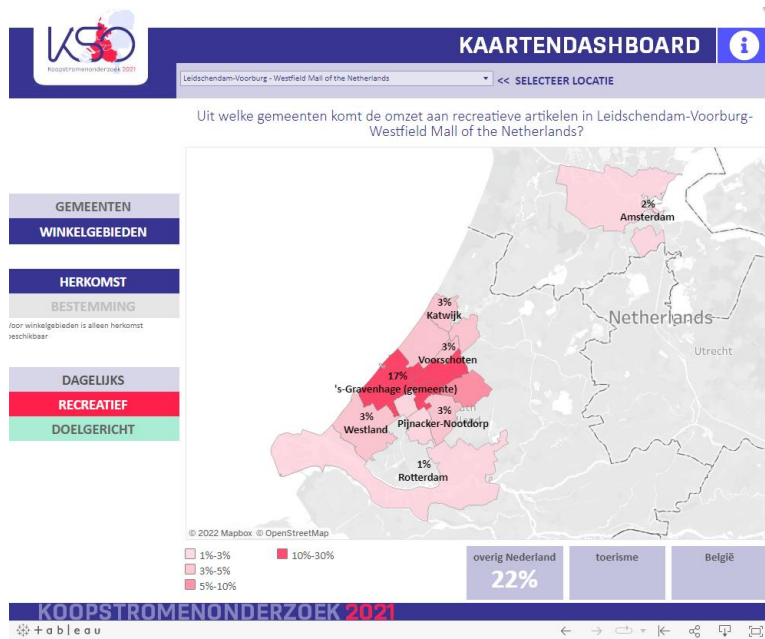
Bepalen verzorgingsgebied (recreatief aanbod)



Bepalen verzorgingsgebied (doelgericht aanbod)



Kaartendashboard – verzorgingsgebieden in beeld

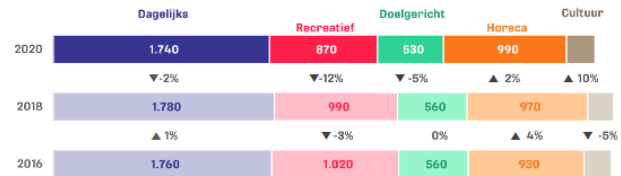


Factsheets voor inzicht in positie en ontwikkeling

Gouda KSO 2021

Werkgelegenheid

Onderstaande figuur toont de ontwikkeling van de werkgelegenheid in de detailhandelsbranches, de horeca en de sector cultuur & ontspanning. De lengte van de balken weerspiegelt de ontwikkeling van het totaal aantal banen in deze sectoren.*

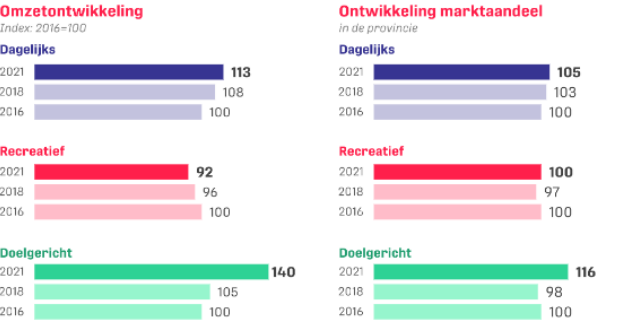


Bestedingen en marktaandelen

De linker figuur toont de omzet (toonbankbestedingen) van de fysieke detailhandel in de dagelijkse-, recreatieve en doelgerichte sector in 2021. De rechter figuur laat zien wat het marktaandeel daarvan is binnen de totale omzet van de fysieke detailhandel in de provincie.



Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van de omzet (links) en het marktaandeel (rechts) met indexcijfers. Hierbij geldt 2016 als basisjaar (=100). Deze cijfers zijn exclusief toerisme.



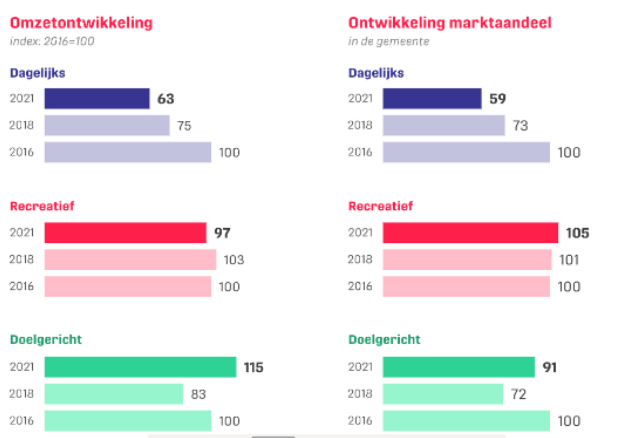
Centrum Amersfoort KSO 2021

Bestedingen en marktaandelen

De linker figuur toont de omzet (toonbankbestedingen) van de fysieke detailhandel in de dagelijkse-, recreatieve en doelgerichte sector in 2021. De rechter figuur laat zien wat het marktaandeel daarvan is binnen de totale omzet van de fysieke detailhandel in de gemeente.



Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van de omzet (links) en het marktaandeel (rechts) met indexcijfers. Hierbij geldt 2016 als basisjaar (=100). Beide cijfers zijn exclusief toerisme.



Kwalitatieve informatie - rapportcijfers

Westfield Mall of the Netherlands

KSO 2021



Waardering

Onderstaande figuren laat zien hoe lang consumenten in het winkelgebied verblijven, met welk vervoermiddel ze komen en welke voorzieningen ze bezocht hebben. De resultaten worden vergeleken met die van de benchmarkgebieden.

	2021	Benchmark	2018	2016
totaal	8,5	7,7	7,0	7,4
winkelaanbod	8,7	7,6	6,9	7,3
sfeer en uitstraling	8,7	7,6	6,2	6,5
veiligheid	8,4	7,6	7,1	7,5
netheid	8,7	7,5	6,8	7,1
aanwezigheid groen	6,0	6,1	-	-
faciliteiten	8,4	6,0	6,3	6,7
parkeren auto	8,4	7,3	8,0	8,7
stalling fiets	7,6	7,4	6,8	7,7
bereikbaar auto	7,8	7,4	8,0	8,6
bereikbaarheid fiets	8,6	8,4	-	8,6
bereikbaar OV	8,2	7,7	7,9	8,2
horeca	8,3	8,0	7,4	7,6

Centrum Uden

KSO 2021



Waardering

Onderstaande figuren laat zien hoe lang consumenten in het winkelgebied verblijven, met welk vervoermiddel ze komen en welke voorzieningen ze bezocht hebben. De resultaten worden vergeleken met die van de benchmarkgebieden.

	2021	Benchmark	2018	2016
totaal	8,1	7,7	-	-
winkelaanbod	8,1	7,6	-	-
sfeer en uitstraling	8,0	7,6	-	-
veiligheid	7,9	7,6	-	-
netheid	7,9	7,5	-	-
aanwezigheid groen	7,4	6,1	-	-
faciliteiten	6,2	6,0	-	-
parkeren auto	7,5	7,3	-	-
stalling fiets	7,7	7,4	-	-
bereikbaar auto	8,0	7,4	-	-
bereikbaarheid fiets	8,4	8,4	-	-
bereikbaar OV	7,0	7,7	-	-
horeca	8,5	8,0	-	-

Kwalitatieve informatie – verblijfsduur en modaliteit

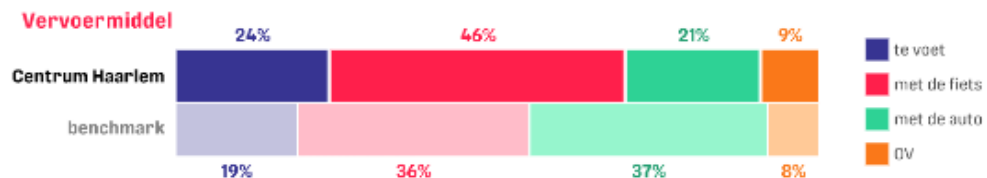
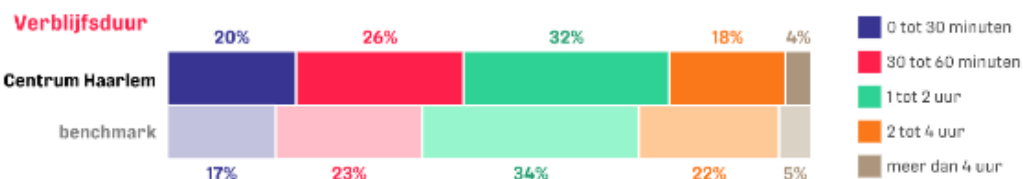
Centrum Haarlem

KSO 2021



Bezoekgedrag

Onderstaande figuren laat zien hoe lang consumenten in het winkelgebied verblijven, met welk vervoermiddel ze komen en welke voorzieningen ze bezocht hebben. De resultaten worden vergeleken met die van de benchmarkgebieden.



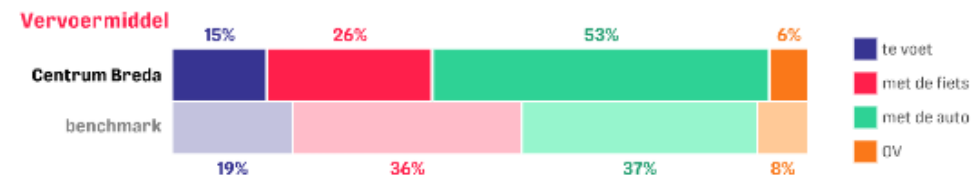
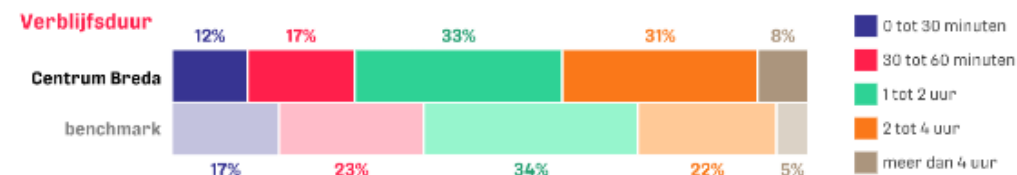
Centrum Breda

KSO 2021

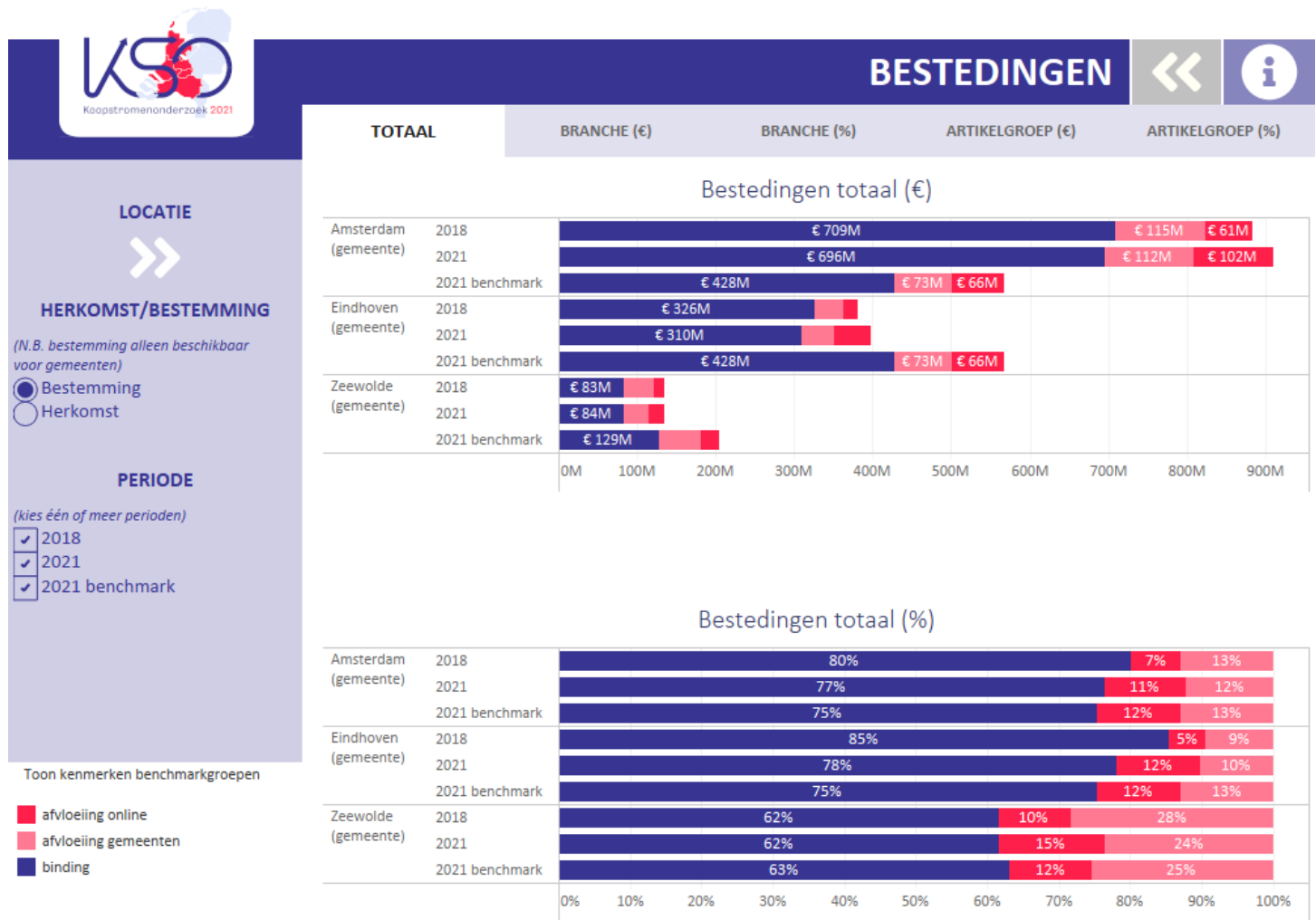


Bezoekgedrag

Onderstaande figuren laat zien hoe lang consumenten in het winkelgebied verblijven, met welk vervoermiddel ze komen en welke voorzieningen ze bezocht hebben. De resultaten worden vergeleken met die van de benchmarkgebieden.



Onlinetool



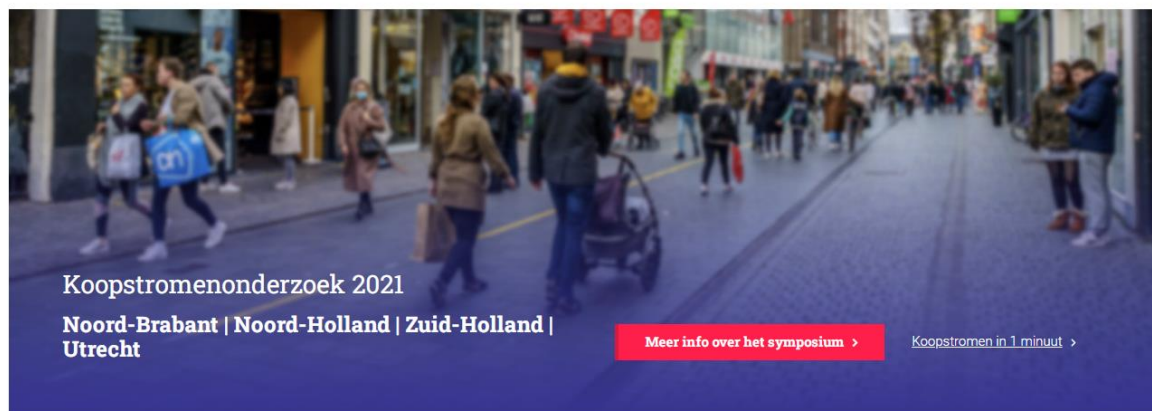
Nazorg

- Regionale ambtelijke sessies in maart (online)
- Factsheets voor intern gebruik voor winkelgebieden die het minimaal aantal waarnemingen (net) niet haalden
- Lokale en regionale analyse (op aanvraag)
- Vragen over toepassing, data etc. gemeenten@kso2021.nl & info@kso2021.nl

www.KSO2021.nl



[Het onderzoek](#) [Symposium](#) [F.A.Q.](#) [Persberichten](#) [Contact](#)



Koopstromenonderzoek 2021

**Noord-Brabant | Noord-Holland | Zuid-Holland |
Utrecht**

[Meer info over het symposium >](#)

[Koopstromen in 1 minuut >](#)

In welke fase het onderzoek zit:

