

ONDERZOEKSMETHODE



ONDERZOEKSMETHODE KSO2018

Inleiding

Dit document beschrijft de onderzoeksmethode van het Randstad Koopstromenonderzoek 2018 (KSO2018). Achtereenvolgens komen aan bod:

- de vragenlijst
- de steekproef
- de dataverzameling
- de dataverwerking/ weging
- de koppeling aan (genormeerde) bestedingscijfers
- de toevoeging van toeristische bestedingen
- het gebruik van aanbodcijfers (Locatus)
- de benchmarking
- de onderzoeksresultaten KSO 2018
- het gebruik onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek

KSO2018 in het kort

Het doel van het KSO2018 is een actueel beeld van het ruimtelijk koopgedrag in de Randstad¹ door middel van consumentenonderzoek. De basis is een enquête over koopgedrag onder een steekproef van 85.751 inwoners van de Randstad en randgemeenten. 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. Voorts 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 KSO2018 is opgesteld in samenspraak met de begeleidingscommissie en de klankbordgroep. De belangrijkste veranderingen (ten opzichte van 2016) zijn:

- optimalisering van de 'yesterday-methode'
- optimalisering aanduiding winkellocaties
- verkorting invulduur door aanpassing vraagstelling en door laten vervallen niet-onderscheidende vragen (uit ervaringen KSO2016)
- opnemen vragen over bezoek voorzieningen in combinatie met winkelen

¹ Randstad is in dit onderzoek: Utrecht, Noord-Holland, Zuid-Holland en de gemeenten Almere en Lelystad.

Aansluiting branche-indeling

De artikelgroepen (branches) in de enquête zijn zo gekozen dat de uitkomsten geconfronteerd kunnen worden met de hoofdingelingen 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. De in 2018 opgenomen artikelgroepen zijn gelijk aan de in 2016 in de enquête opgenomen artikelgroepen.

Tabel 1 De in de vragenlijst opgenomen artikelgroep, gekoppeld aan de clusters en sectoren.

SECTOR	BRANCHES AANBOD	BRANCHES IN VRAGENLIJST 2018
Dagelijks	Dagelijks	Dagelijkse boodschappen
Niet-dagelijks	Mode en luxe	Mode
		Huishoudelijke artikelen
	Vrije tijd	Sport en spel
		Media en hobby
	In en om het huis	Elektronica
		Doe-het-zelf artikelen
Woninginrichting		
		Tuinartikelen en planten

Optimaliseren 'yesterday' methode

In de vragenlijst is net als in 2016 gevraagd (per artikelgroep) 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 55 procent gegeven en aan de één na laatste locatie 45 procent. Deze verhouding is bepaald met behulp van de enquêtevraag hoe € 100 zou worden verdeeld over deze locaties en is gelijk aan de verhouding die in 2016 is gebruikt. Op dezelfde wijze zijn de verhoudingsgetallen voor aankopen van mode bepaald. Deze komen in 2018 uit op 53 procent (eerste locatie) en 47 procent (tweede locatie). In 2016 waren deze getallen respectievelijk 55 procent en 45 procent.

Beoordeling aankooplocaties

Sinds 2016 wordt onderscheid gemaakt tussen de beoordeling van winkelgebieden naar drie bezoekmotieven (daarvoor twee): 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 een 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 en 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. 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;



KSO
Randstad Koopstromen 2018

Boodschappen

Uw mening telt!

1. Waar heeft u de laatste keer boodschappen gedaan?

In

Buiten

Online (via internet)

Ik doe geen boodschappen



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.

- elektronica;
- doe-het-zelf artikelen;
- woninginrichting.

Aankooplocaties

Bij de vragen over waar de aankopen worden gedaan, 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 daarna afgestemd met de begeleidingscommissie en aan alle gemeenten voorgelegd, waarbij zij aankooplocaties konden toevoegen of een andere benaming meegeven.

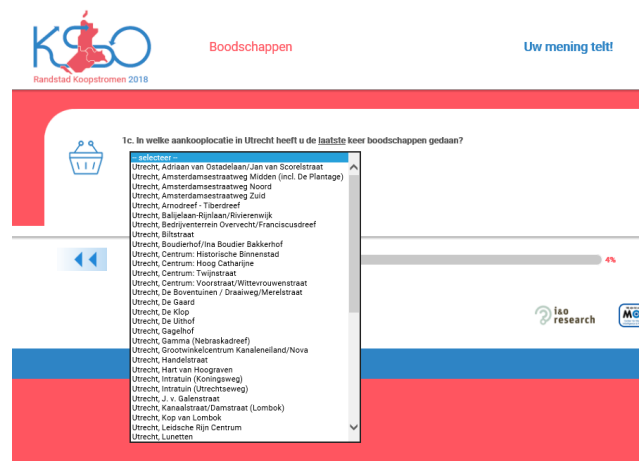
In het onderzoeksgebied zijn alle aankooplocaties in de lijst opgenomen. In het randgebied is een onderscheid gemaakt naar binnenstad/centrum, 'elders' en 'onbekend'. In de provincies die grenzen aan de Randstad is de aankooplocatie op plaatsniveau geregistreerd (Flevoland (buiten Almere en Lelystad), Gelderland, Brabant en Zeeland). Voor de overige provincies is opgeschaald naar gemeenteniveau, mede om de lijst te beperken.

Kwalitatief deel

Veranderingen in de ruimtelijke koopstromen vertalen zich in of hangen mede samen met kenmerken van koopgedrag. Daarom zijn in het KSO2018 aanvullende vragen opgenomen die betrekking hebben op de laatst bezochte aankooplocaties voor (1) boodschappen (2) mode en luxe (3) en in en om het huis². Thema's van deze aanvullende vragen: waardering voor de aankooplocatie (totaaloordeel en 12 deelaspecten), vervoermiddelgebruik, bezoekfrequentie en –duur. Aanvullend op de vraag waar de laatste keer mode is gekocht, zijn vragen gesteld over het tegelijkertijd bezoeken van voorzieningen (horeca, leisure etc.).

Gemeentelijke verdieping

Gemeenten en regio's is de mogelijkheid geboden extra vragen te laten opnemen in de vragenlijst, die specifiek gericht zijn op de gemeentelijke situatie. Hiervan hebben 8 gemeenten gebruik gemaakt.



² Bij - in en om het huis- werd gevraagd naar de beoordeling van de aankooplocatie voor woninginrichting. Uitzondering hierop was een andere aankooplocatie wanneer de respondent deze aankooplocatie zowel bij doe-het-zelf als elektronica had genoemd.

Steekproef

Steekproefkader

Onderzoeksgebied

Het onderzoeksgebied is gedefinieerd als de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht en de gemeenten Almere en Lelystad. In tegenstelling tot 2016 behoort Nijkerk niet tot het onderzoeksgebied. Kaart 1 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. Het randgebied is ten opzichte van 2016 gewijzigd: Almere maakte in 2016 deel uit van het randgebied en Lelystad niet. Om de toevloeiing naar de gemeenten in de Randstad die aan de rand liggen preciezer te kunnen bepalen is in een uitgebreid randgebied in Noord-Brabant en met name Gelderland geënquêteerd.

Steekproefbepaling

Bij het bepalen van de steekproefomvang voor het basisonderzoek³ zijn de volgende randvoorwaarden gehanteerd:

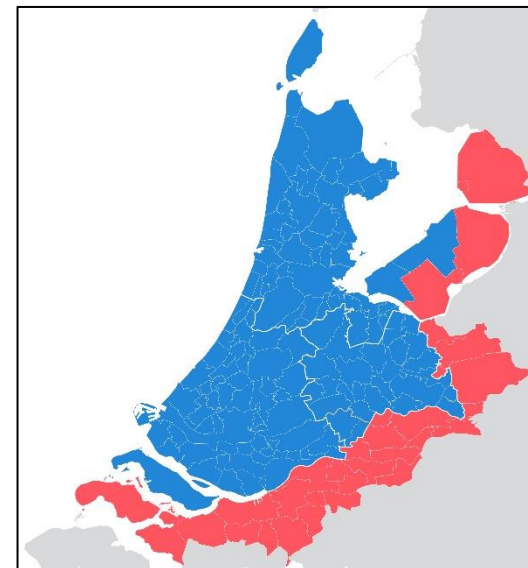
- de steekproef dient een representatieve afspiegeling te zijn van de bevolking van de in het onderzoek te onderscheiden gebieden. De gegevens dienen een betrouwbaarheid van 95 procent bij een nauwkeurigheidsmarge van 5 procent te hebben. Dit resulteert in minimaal 385 enquêtes per gebied;
- bij de steekproeftrekking 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 Randstad (inclusief Almere en Lelystad) in de provincies Gelderland, Noord-Brabant en Zeeland, aangevuld met enkele gemeenten uit de 'tweede rand' in Noord-Brabant en Gelderland aan de zuidzijde van de Randstad.

Kaart 1 Onderzoeksgebied Randstad Koopstromenonderzoek 2018



³ Bij het basisonderzoek gaat het om de uitgangspunten en wensen die de opdracht gevende provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht hanteren ten aanzien van de uitvoering van het Randstad Koopstromenonderzoek 2018.

Dataverzameling

Onderzoeksverloop en aantal waarnemingen

De enquête is in eerste instantie afgenomen bij een aantal landelijke panels. Daarna is onder een aselechte steekproef een uitnodigingsbrief verspreid (zie p. 7 e.v.). Inwoners van de Randstad die ingingen op die uitnodiging deden dat online. Wanneer uit de monitoring van de respons bleek dat het aantal ingevulde enquêtes achterbleef, is telefonisch gemotiveerd om mee te doen aan het onderzoek. De dataverzameling heeft plaatsgevonden van half september tot half november 2018. In totaal zijn er 85.751 geslaagde enquêtes afgenomen. Tabel 2 geeft de verdeling van afgenomen enquêtes per provincie en gebied weer.

Tabel 2 Aantal enquêtes per gebied

	AANTAL ENQUÊTES	% VERDELING
Noord-Holland	25.823	30%
Zuid-Holland	37.391	44%
Utrecht	13.153	15%
Almere	2.075	2%
Lelystad	1.378	2%
Randgebied	5.931	7%
TOTAAL	85.751	100%

Gedurende de veldwerkperiode heeft continue monitoring op het aantal geslaagde enquêtes plaatsgevonden. Hierbij is de omvang en samenstelling per gemeente gemonitord. In 135 gemeenten zijn uiteindelijk voldoende enquêtes afgenomen om hiervan voldoende betrouwbare resultaten te kunnen presenteren. Eén gemeente heeft te weinig waarnemingen (Haarlemmerliede en Spaarnwoude). Van de 135 zichtbare gemeenten zijn er 106 gemeenten met een betrouwbaarheid van 95 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 385 enquêtes). Er zijn 17 gemeenten met een betrouwbaarheid van 85 procent/foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal 210 enquêtes) en 12 'indicatief' met een betrouwbaarheid van 75 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 132 waarnemingen).

Daarnaast zijn er in totaal 323 aankooplocaties waarover vanuit de omvang van de respons betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan. Daarvan zijn er 25 locaties, die niet apart gerapporteerd worden, omdat het om solitaire locaties gaat of omdat gegevens over het winkelaanbod ontbreken. Van de resterende 298 locaties zijn er 205 'zeker' met een betrouwbaarheid van 85 procent/ foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal 210 waarnemingen) en 93 'indicatief' met een betrouwbaarheid van 75 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 132 waarnemingen).

Veldwerkuitvoering

Uitnodiging voor deelname

Op basis van de gestelde voorwaarden en uitgangspunten ten aanzien van de steekproefbepaling is een aselechte bruto steekproef getrokken op adres, dus op huishoudensniveau. De bruto steekproef is vervolgens gecorrigeerd op basis van verwachtingen ten aanzien van omvang en samenstelling van de geslaagde enquêtes uit internetpanels. Alle in de steekproef opgenomen adressen is een uitnodiging voor deelname aan het onderzoek toegezonden. De uitnodigingsbrief is verstuurd in enveloppen van de drie provincies. De kaart was gericht 'aan de bewoners van'. Er is op elk adres maximaal 1 brief bezorgd.

De kaart nodigt de ontvanger uit deel te nemen aan het KSO 2018 door middel van het invullen van een online enquête. Internetadres en persoonlijke inlogcode geven toegang tot de online enquête. In totaal hebben 49.261 respondenten de online enquête na uitnodiging ingevuld.

Inzet van internetpanels

Voorafgaand aan de werving met behulp van uitnodigingsbrief zijn ook internetpanels ingezet voor de dataverzameling. In totaal zijn 29.175 enquêtes via internetpanels afgenomen. Aanvullend is gebruik gemaakt van dertien gemeentelijk burgerpanels. De totale respons bij deze panels bedroeg 5.105. 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 2.210 (toegelaten) enquêtes.

Dataverwerking

Weging en herweging

Om zorg te dragen voor de juiste onderlinge verhoudingen in het complete onderzoeks- plus 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 gebruik gemaakt van het gemeentelijk niveau. Omdat het bij koopstromen in essentie gaat om personen die (mede) hoofd van een huishouden zijn, is bij de weging gebruik gemaakt 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. Bovendien is oriënterend geanalyseerd of afwijkingen tussen respons en populatie effecten hebben op de resultaten. Deze procedure is gelijk aan die in 2016 is gevolgd.

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	POPULATIE	ONGEWOGEN RESPONS	NA WEGING INW. + HH. + LEEFTIJD
Samenstelling huishouden			
Eénpersoons	40%	24%	36%
Eénouder gezin	8%	4%	7%
Meerpersoons, zonder kinderen	27%	45%	27%
Meerpersoons, met kinderen	26%	27%	29%
Leeftijd			
15 tot 25 jaar	16%	3%	12%
25 tot 45 jaar	33%	22%	32%
45 tot 65 jaar	35%	42%	37%
65 jaar en ouder	17%	33%	19%

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 koopstromenonderzoek 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 KSO2018.

Het vertrekpunt voor deze berekening zijn de omzetcijfers in de detailhandel per hoofd per branche(groep), zoals opgenomen in de rapportage Omzetkengetallen 2017⁴. Dit is de omzet in winkels en niet in winkels (webwinkels). Daaraan wordt de geldende Btw (zelfde bron) toegevoegd. Uitgezonderd

⁴ Omzetkengetallen 2017, ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, onder auspiciën van INretail (juni 2018, statistisch uitvoerder Panteia),

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 woninginrichting⁵.

De koppeling tussen artikelgroepen uit de enquête en de branches en branchegroepen uit 'Omzetkengetallen 2017' staat in de onderstaande tabel:

Tabel 4 Koppeling artikelgroepen en branches

KSO2018 ARTIKELGROEP	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 kampeerezaken, 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 5) is de besteding, inclusief Btw en inclusief internetbestedingen (ook 'pure players').

⁵ Er is respondenten voor dagelijkse aankopen en voor mode en luxe gevraagd om hypothetisch € 100 voor een week te verdelen over verschillende aankoopkanalen (winkel, internet en markt). De resultaten van deze vragen ondersteunen de keuze van toedeling van normbedragen aan gerapporteerde aankopen.

Tabel 5 Bestedingscijfers per branche naar sector

SECTOR EN ARTIKELGROEP	BESTEDING PER HOOFD VAN DE BEVOLKING, INCLUSIEF INTERNET (INCL. BTW)
Dagelijkse sector	€ 2.861
Niet-dagelijkse sector	€ 3.043
- Mode	€ 1.185
- Huishoudelijke artikelen	€ 97
- Sport en spel	€ 258
- Media en hobby	€ 91
- Elektronica	€ 125
- Woninginrichting	€ 332
- DHZ	€ 273
- Tuinartikelen en planten	€ 433
Overig niet-dagelijks*	€ 248

* Geen onderdeel van KSO2018

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 ($\text{€ } 1.185 / (\text{€ } 3.043 - \text{€ } 248)$) 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 2017 (nieuwe reeks), besteedbaar inkomen per huishouden. Daarnaast is er gerekend met een inkomenselasticiteit van 0,40 procent in de dagelijkse sector en 0,70 procent in de niet-dagelijkse sector. Dit is een ophoging ten opzichte van de cijfers die oorspronkelijk in 2016 zijn gebruikt, die toen respectievelijk 0,25 en 0,50 procent waren. Voor de feitelijke bestedingen van respondenten zijn de bestedingsbedragen op het niveau van de gemeente gecorrigeerd voor de CBS inkomenscijfers 2017, besteedbaar inkomen per huishouden, die omgerekend zijn naar besteedbaar inkomen per 15+ inwoner. Dat wil zeggen 1 procent afwijking in het inkomen (ten opzichte van landelijk gemiddelde) = 0,40 procent afwijking in bestedingen in de dagelijkse sector en 0,70 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 2016-data

In het Randstad Koopstromenonderzoek 2016 is uitgegaan van bestedingscijfers die ondertussen nauwkeuriger kunnen worden bepaald. Bovendien is de inkomenselasticiteit op basis van een analyse (door Panteia) aangepast.

Om een meer zeggende vergelijking te kunnen maken, zijn de onderzoeksresultaten van het KSO 2016 herberekend met behulp van de aangepaste bestedingskengetallen 2015 en de aangepaste elasticiteit. De verschillen door de herberekening en de cijfers van 2018, zijn te zien in tabel 6.

Tabel 6 Gemiddelde bestedingen dagelijkse en niet-dagelijkse sector

	2016 HERBEREKEND	2018	2016- <i>OU</i> D
dagelijks	€ 2.765	€ 2.861	€ 2.763
niet-dagelijks	€ 2.986	€ 3.043	€ 2.908

Toeristische winkelbestedingen

In het kader van 2016 zijn toeristische bestedingen (in winkels) bepaald en toegevoegd aan de databestanden. In 2018 zijn deze toen bepaalde uitkomsten gebruikt voor een herberekening. Kort gezegd zijn de data uit 2016 gebruikt, waarbij de ontwikkeling is ingeschat met gebruikmaking van CBS-cijfers voor toeristische bestedingen 2015 – 2017 en de door LISA bepaalde ontwikkeling van de werkgelegenheid in de relevante toeristische sector 2015 – 2017. Daarnaast is vanwege de uitbreiding van het randgebied ten opzichte van 2016 de toeristische besteding uit het 'uitbreidingsgebied' afgehaald van het resultaat 2016, omdat er anders een dubbeling zou ontstaan in de bestedingen bij 'winkelen voor het plezier'. Verder zijn de berekende toeristische bestedingen voor Lelystad toegekend aan Bataviastad in de niet-dagelijkse sector. Zie voor de bepaling van de toeristische bestedingen in 2016 'KSO2016-Onderzoeksmethode'.

Ten opzichte van 2016 zijn de volgende ontwikkelingen relevant:

Buitenlands toerisme

De bestedingen in Nederland zijn in totaliteit (alle bestedingscategorieën samen) in 2017 toegenomen met 25% ten opzichte van 2015 (bron: CBS). Deze index wordt toegepast om bestedingen in winkels te herberekenen.

De spreiding van buitenlandse gasten over de provincies is sinds 2012 nauwelijks veranderd (bron: CBS).

Het aantal gasten en overnachtingen per logiesvorm is per provincie bekend voor 2017 (ook voor 2015 en 2016) (bron: CBS). Het type logies bepaalt de toerekening van de winkelbestedingen naar productcategorie (dagelijks/niet-dagelijks). In het geval van een hotelovernachting (grootste categorie buitenlands toerisme) is 80% aan niet-dagelijks toegerekend.

De totale bestedingen in winkels in de Randstad (exclusief Almere en Lelystad) door buitenlandse toeristen komen uit op € 1,07 miljard. Toerekening naar plaatsen en centrum-winkelgebieden vond plaats met behulp van de (globale) wijzigingen in de aandelen type logies en met de wijzigingen in de toeristische werkgelegenheid per regio.

Binnenlandse vakanties

Het aantal overnachtingen in Nederland door inwoners van Nederland is toegenomen met 2 procent ten opzichte van 2015 (CBS). Dit percentage is gebruikt voor het herberekenen van de totale winkelbestedingen. Van de overnachtingen is het type logies in 2017 bekend per provincie en voor een beperkt aantal toeristische gebieden (bos & heide, kust en watersportgebieden).

Bestedingen tijdens uitstapjes

De recreatieve bestedingen van huishoudens zijn in 2017 met 3,6 procent gestegen ten opzichte van 2015 (CBS). Dit percentage is gebruikt om de bestedingen tijdens uitstapjes te herberekenen. Toerekening aan plaatsen vindt plaats met behulp van de (globale) wijzigingen in de aandelen type logies en met de wijzigingen in de toeristische werkgelegenheid per regio.

Overige wijzigingen

Uitstapjes zijn er in de categorie 'winkelen voor het plezier' en andere recreatieve uitstapjes. Binnen de Randstad is alleen die laatste categorie van belang. Winkelen vanuit de Randstad zit in het reguliere koopstromenonderzoek. Recreatief winkelen van buiten de Randstad en van buiten het randgebied wordt toegevoegd aan de resultaten van het koopstromenonderzoek. Het onderzoeksgebied + randgebied is ten opzichte van 2016 per saldo groter geworden (Almere en Lelystad in onderzoeksgebied, uitgebreid randgebied). Dat betekent dat de toevoeging van buiten de Randstad geringer wordt. De bepaling van de omvang van deze afname vindt plaats door de uitkomsten van KSO 2018 voor Lelystad (en het randgebied) richting overige Randstad te leggen op de theoretische toevloeiing die gebruikt is in 2016. Voor Almere en Lelystad zijn geen toeristische bestedingen uit 2016 bekend zoals voor het overige onderzoeksgebied / Randstad. Daarom is gerekend met kengetallen die zijn gebaseerd op de gemiddelden uit de Randstad (met name toeristische bestedingen per baan in de toeristische sector) en voor Bataviastad door de bestedingen per hoofd in het onderzoeksgebied per afstandscategorie te projecteren op het gebied in Noordoost-Nederland waarvan de bestedingen onbekend zijn.

Aanbodcijfers

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van het winkelaanbod en het economische functioneren (gemiddelde winkelbestedingen per m² winkelvloeroppervlak), is informatie over het winkelaanbod aan de enquêtedata gekoppeld. De aanbodcijfers zijn afkomstig van Locatus (peildatum september 2018). Locatus beheert een landelijk dekkend bestand met daarin voor alle winkels de branche en het winkelvloeroppervlakte.

De aanbodcijfers van Locatus zijn dus in de eerste plaats gebruikt voor een analyse van de ontwikkeling van het winkelaanbod in de Randstad, op provinciaal en gemeenteniveau als ook op het niveau van aankooplocaties. Daarbij komt ook leegstand aan bod. In dit onderzoek wordt de totale leegstand van publieksgerichte commerciële panden (in oppervlak en aantal) gedeeld door het ingevulde winkelaanbod (in m² vvo en aantal winkels), plus de totale leegstand. Ter illustratie: een gemeente met 5.000 m² vvo leegstand en 20.000 m² vvo winkelaanbod, heeft een leegstandspercentage van 20 procent (5.000 / (20.000 + 5.000)). De leegstandspercentages die in dit koopstromenonderzoek worden gepresenteerd, wijken af van de berekeningswijze van Locatus, die een deel van de leegstand niet rekent als winkelleegstand omdat er eventueel ook andere functies kunnen vestigen. Zou de berekeningswijze van Locatus worden gehanteerd, dan zou de leegstand in het totale onderzoeksgebied niet 10,8 procent (m² vvo) en 12,5 procent (winkels) groot zijn, maar 7,8 procent (m² vvo) en 6,7 procent (winkels).

In het KSO 2018 zijn de aanbodcijfers ook gebruikt voor de bepaling van de gemiddelde winkelbestedingen per m² 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.

Benchmarking

Om resultaten van aankooplocaties en gemeenten goed te kunnen duiden, zijn referentieklassen gemaakt. Zo kan eenvoudig de desbetreffende gemeente of aankooplocatie worden vergeleken met een vergelijkbare gemeente of aankooplocatie.

Voor gemeenten zijn de referentieklassen gebaseerd op het inwonertal. Voor aankooplocaties is een verdeling gemaakt naar grootte én naar functie. Drie, onderscheiden functies zijn: centrumlocaties, ondersteunende locaties en woonboulevard en overige grootschalige locaties. In tabel 7 staat een overzicht van de gedefinieerde groepen:

Tabel 7 Benchmarkclassificatie

GEMEENTEN	AANKOOPLOCATIES	CENTRAAL	ONDERSTEUNEND	WOONBOULEVARD / OVERIG GROOTSCHALIG
<10.000:	tot 2.500 m ²	X	X	
10.000-20.000:	2.500-5.000 m ²	X	X	
20.000-35.000:	5.000-10.000 m ²	X	X	
35.000-50.000:	10.000-20.000 m ²	X	X	X (< 20.000 m ²)
50.000-100.000:	20.000-40.000 m ²	X	X (en groter)	X
100.000-200.000:	40.000-60.000 m ²	X		X (> 40.000 m ²)
>200.000:	60.000-100.000 m ²	X		
	> 100.000 m ²	X		

Onderzoeksresultaten KSO 2018

www.kso2018.nl

Alle uitkomsten van het KSO 2018 zijn digitaal ontsloten en beschikbaar. Voor het Randstad Koopstromenonderzoek 2018 is een aparte website ontwikkeld, www.kso2018.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.kso2018.nl is tevens een applicatie beschikbaar waarin op interactieve wijze alle onderzoeksresultaten voor de zichtbare gemeenten 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 vijftal pagina's (te weten: Totaal, Branche, Winkelaanbod, Bezoekenmerken en Waardering). Men kan zelf een gemeente of aankooplocatie selecteren. 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 2018 en met een benchmark (gemeente/aankooplocatie van vergelijkbare omvang). Hier zijn ook uitkomsten te vinden die geen plek hebben gekregen op de factsheets, zoals bezoekmotieven en bezoekduur.

Factsheets

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

- omvang en herkomst winkelbestedingen ('waar komen bestedingen vandaan');
- kooporiëntatie inwoners ('waar gaan bestedingen naar toe?')
- kaartbeelden met binding, afvloeiing en toevloeiingscijfers;
- omvang en samenstelling winkelaanbod;
- gegevens over economisch functioneren;
- bezoekenmerken en waardering en combinatiebezoek (aankooplocaties).

De factsheets zijn samengesteld als er voldoende waarnemingen zijn gerealiseerd om betrouwbare uitspraken te kunnen doen. Dit houdt in dat er 135 factsheets voor gemeenten en 298 voor aankooplocaties zijn gemaakt. 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 winkelaanbod-gegevens (doordat het gaat om een niet door Locatus afgebakende locatie of omdat de aankooplocatie in 2016 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 10 waarnemingen zijn, worden de gegevens voor overige bezoekers niet weergegeven. Eenzelfde criterium is ook van toepassing op de aankoopmomenten. Indien er minder dan 10 waarnemingen zijn bij 'dagelijkse aankopen' en/of 'mode & luxe', zijn hiervoor geen resultaten afgebeeld.

Op de factsheets zijn deze specificaties en aandachtspunten kort benoemd.

Goed om te weten:

- Tussen een aantal factsheets zit een verband doordat consumenten de aankooplocatie mogelijk verwarren met een andere.
- Stationslocaties zijn niet aan een binnenstad/centrum toegevoegd. Dit is vooral relevant bij de G4.
- Markten (en ook de Markthal in Rotterdam) zijn ook niet aan de binnenstad/centrum toegevoegd. Dit omdat ze geen 'meters' hebben en niet (vergelijkbaar aan winkels) vertaald kunnen worden naar vloerproductiviteit.
- Een aantal (Locatus) locaties is op verzoek van gemeenten gesplitst. Bijvoorbeeld Alexandrium in Rotterdam en de binnenstad van Utrecht. Voor de factsheets zijn deze delen weer geclusterd.
- Sommige locaties zijn nieuw of voor het eerst opgenomen.
- Sommige locaties (binnensteden) zijn uitgebreider dan in 2016 uitgevraagd en daarom niet goed vergelijkbaar. Een voorbeeld is het centrum van Rotterdam.

Gebruik onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek

Doordat producten steeds meer via internet worden aangekocht, wordt in nieuw koopstromenonderzoek (o.a. Randstad Koopstromenonderzoek 2018 en ook al KSO2016 en KSO2011) internet ('online') integraal als aankoopkanaal meegenomen. Dit houdt in dat wanneer koopstromen in percentages worden uitgedrukt, de koopkrachtbinding + koopkrachtafvoeiing naar fysieke winkels + koopkrachtafvoeiing 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 KSO2018 (en eerder) 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% - afvoeiing naar internet. Zie voor nadere informatie en een rekenvoorbeeld

https://www.inretail.nl/Uploaded_files/Zelf/omzetkengetallen-2017-ruimtelijk-economisch-onderzoek.022c4e.pdf.