

Koopstromenonderzoek Limburg 2019

Onderzoeksverantwoording



В Я О



www.ioresearch.nl

Inleiding

Dit document beschrijft de onderzoeksverantwoording van het Koopstromenonderzoek 2019 in Limburg (KSOL2019). Achtereenvolgens komen aan bod:

- de vragenlijst;
- de steekproef;
- de dataverzameling;
- de dataverwerking en weging;
- de koppeling aan (genormeerde) bestedingscijfers;
- de toevoeging van toeristische bestedingen;
- het gebruik van aanbodcijfers (Etil);
- het gebruik van werkgelegenheidscijfers (Etil);
- de benchmarking;
- de onderzoeksresultaten KSOL2019;
- de vergelijkbaarheid met resultaten eerder onderzoek;
- het gebruik van onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek.

KSOL2019 in het kort

Het doel van het KSOL2019 is een actueel beeld van het ruimtelijk koopgedrag en het gebruik van voorzieningen in de sfeer van vrije tijd in Limburg door middel van consumentenonderzoek. De basis is een enquête over bezoekgedrag onder een steekproef van 31.592 inwoners van Limburg en randgemeenten in Nederland, België en Duitsland. De enquêteresultaten zijn (na weging) gecombineerd met standaard bestedingscijfers (INretail e.a.) om de omvang van de bestedingen in gemeenten (winkels en online) en de bestedingen in winkels in specifieke aankooplocaties te kunnen schatten. Verder zijn daar cijfers over toeristische bestedingen in winkels in centrumlocaties aan toegevoegd. Deze nieuwe totalen zijn gecombineerd met aanbodgegevens van Etil 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 KSOL2019 is opgesteld in samenspraak met de provincie en besproken met de klankbordgroep, bestaande uit vertegenwoordigers van de regio's in Limburg, van enkele deelnemende gemeenten en van specifiek deskundigen. De vragenlijst 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. De vragenlijst is aangevuld met items over bezoek aan voorzieningen in combinatie met winkelen en over het gebruik van voorzieningen in de sfeer van vrije tijd.



Aansluiting branche-indeling

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

Dagelijkse sector	
Branches aanbod	Branches koopstromen
Dagelijks	Dagelijks

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

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

Optimalisatie yesterday-methode

In de vragenlijst is per artikelgroep gevraagd waar men de laatste keer een bepaald artikel heeft gekocht. Deze methode heeft het voordeel dat recht wordt gedaan aan alle potentiële aankooplocaties en aan online aankoopgedrag. De yesterday-methode geeft een meer precieze schatting van het ruimtelijk koopgedrag dan de everyday-methode ('meestal' of 'doorgaans') omdat ook kleinere aankooplocaties een kans krijgen in beeld te komen. Dat voordeel is er overigens alleen bij een omvangrijke steekproef. De kans dat een toevallige aankooplocatie een te groot gewicht krijgt, wordt verkleind door in het geval van frequente(re) aankopen (boodschappen, mode) ook te vragen waar men deze artikelen de één na laatste keer kocht. Ook de mogelijke invloed op de resultaten door de specifieke dag waarop wordt geënquêteerd of de enquête wordt ingevuld, wordt zo geringer. Indien er twee aankooplocaties zijn aangegeven, is voor boodschappen aan de laatst bezochte locatie het gewicht van 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. Op dezelfde wijze zijn de verhoudingsgetallen voor aankopen van mode bepaald. Deze komen op 54 procent (eerste locatie) en 46 procent (tweede locatie).

Beoordeling aankooplocaties

In de vragenlijst wordt onderscheid gemaakt tussen de beoordeling van winkelgebieden naar drie bezoekmotieven: in het geval van doen van boodschappen, het kopen van mode en luxe en het kopen van 'in en om het huis' artikelen (doelgerichte aankopen).

Aandacht voor online

Het online winkelen is het afgelopen decennium gegroeid. Voor de gebruikswaarde van het onderzoek is het dan ook van groot belang een actueel en volledig inzicht te geven in online bestedingen en aankoopgedrag. In de eerste plaats is dit ingevuld door internet (als 'aankooplocatie') op te nemen in de lijst met aankooplocaties. Dit betekent dat de oriëntatie op internet automatisch wordt vertaald in bestedingen, aangezien de gehanteerde bestedingskengetallen ook inclusief internetuitgaven zijn. Hiermee is het mogelijk de economische waarde en effecten van online koopstromen te bepalen.

Respondenten die één van de artikelen de laatste keer online kochten, is een aantal extra vragen gesteld, zoals om welk type webwinkel het gaat (pure webwinkel of online aankoop bij winkel die ook fysiek bezocht kan worden) en of de aankoop is bezorgd of opgehaald (en in geval van mode of ze deels is teruggestuurd).

Vragenlijst in detail

De vragenlijst bestaat uit een kwantitatief en een kwalitatief deel. Het doel van het kwantitatieve deel is om de ruimtelijke koopstromen in kaart te brengen, niet alleen in de detailhandel, maar ook bij het gebruik van voorzieningen voor vrije tijd. Het kwalitatieve deel brengt kenmerken van koopgedrag in beeld en draagt bij aan het 'begrijpen' van verschuivingen in het ruimtelijke koopgedrag.

Negen artikelgroepen

De respondenten is een negental artikelgroepen voorgelegd met de vraag waar ze deze de laatste keer hebben gekocht. In de dagelijkse sector is dit benoemd als boodschappen, met als toelichting dat het gaat om artikelen als levensmiddelen, drogisterijartikelen en schoonmaakartikelen.

In de niet-dagelijkse sector gaat het om:

- mode (met als toelichting dat het gaat om artikelen zoals kleding en schoenen, maar ook sieraden, horloges, koffers en tassen);
- huishoudelijke artikelen;
- sport- en spelartikelen;
- media- en hobbyartikelen;
- tuinartikelen en planten;
- elektronica;
- doe-het-zelf artikelen;
- woninginrichting.



BOODSCHAPPEN

Uw mening telt!

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

1. Waar heeft u de laatste keer boodschappen gedaan?

- In Maastricht
- Buiten Maastricht
- In een winkel of op de markt buiten Nederland
- Online (via internet)
- Ik doe geen boodschappen

1b. In welke plaats was dat?

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

- Wanneer u bij de vorige vraag voor een locatie in Nederland heeft gekozen, dan krijgt u een lijst te zien met plaatsen in de provincie Limburg en aangrenzende Nederlandse gemeenten. Als het om een plaats gaat buiten dit gebied, dan kunt u in het onderste deel van de lijst de Nederlandse gemeente of provincie selecteren die het betreft.
- Wanneer u bij de vorige vraag voor een locatie buiten Nederland heeft gekozen, dan krijgt u een lijst te zien met plaatsen in het Duitse (D) en Belgische (B) grensgebied met de provincie Limburg. Als het om een plaats gaat buiten dit gebied, dan kunt u in het onderste deel van de lijst een ander land/soort selecteren dat het betreft.

U kunt (op een computer of laptop) sneller de juiste plaats in de lijst selecteren, door de eerste letters van de plaats in te toetsen.

selecteer --
selecteer --
Aachen (Lb)
Alfenen (Lb)
America
Amstenrade
Apsen
Asten
Baarlo (Lb)
Bassum
Beek
Beek (Lb)
Beek-Brabant
Beek-Elzen
Beek-Heide
Beek-Heide (Lb)
Beek-Heide (Rb)
Beek-Heide (Lb)
Beek-Heide (Rb)
Beek-Heide (Lb)
Beek-Heide (Rb)
Beek-Heide (Lb)
Beek-Heide (Rb)

ISO research MGA



Acht voorzieningen voor vrije tijd

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

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

Aankooplocaties

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

In het onderzoeksgebied zijn alle aankooplocaties in de lijst opgenomen. In het randgebied (Nederland, België en Duitsland) is bij grotere plaatsen een onderscheid gemaakt naar binnenstad/centrum, 'elders' en 'onbekend'. Voor de overige plaatsen is volstaan met de plaatsaanduiding. Buiten het randgebied is over het algemeen een grotere geografische eenheid als aankoopgebied voorgelegd.

Kwalitatief deel

Veranderingen in de ruimtelijke koopstromen vertalen zich in of hangen mede samen met kenmerken van koopgedrag. Daarom zijn in het KSOL2019 aanvullende vragen opgenomen die betrekking hebben op de laatst bezochte aankooplocaties voor (1) boodschappen (2) mode en luxe (3) en in en om het huis. Thema's van deze aanvullende vragen: waardering voor de aankooplocatie (totaaloordeel en 14 deelaspecten), vervoermiddelgebruik, bezoekfrequentie en – duur. Aanvullend op de vragen waar de laatste keer boodschappen en mode zijn gekocht, zijn vragen gesteld over het tegelijkertijd bezoeken van voorzieningen (horeca, leisure etc.).

Gemeentelijke verdieping

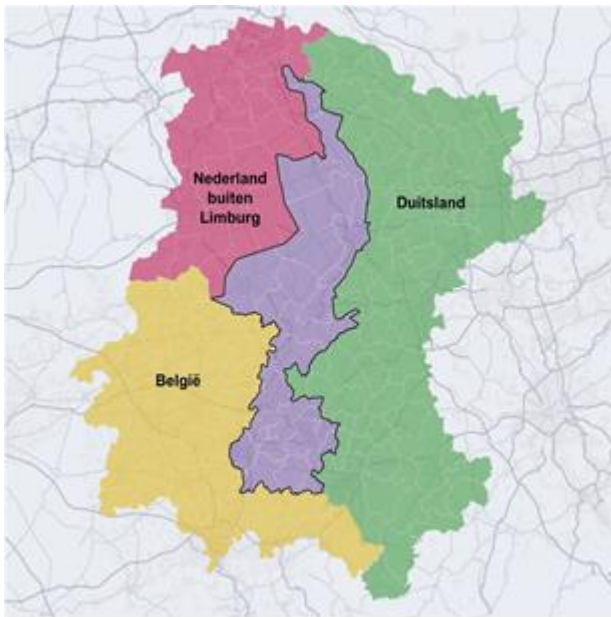
Gemeenten is de mogelijkheid geboden extra vragen te laten opnemen in de vragenlijst, die specifiek gericht zijn op de gemeentelijke situatie. Hiervan heeft een viertal gemeenten gebruikgemaakt.

Steekproef

Steekproefkader

Onderzoeksgebied

Het onderzoeksgebied bestaat uit de 31 gemeenten in Limburg. Figuur 2 geeft het onderzoeksgebied weer. Op de kaart zijn tevens de gemeenten die tot het randgebied behoren aangegeven. In deze gemeenten is ook geënquêteerd, om de toevloeiing vanuit het randgebied naar het onderzoeksgebied te bepalen.



Figuur 2 Onderzoeksgebied en randgebied

Steekproefbepaling

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

- de steekproef dient een representatieve afspiegeling te zijn van de bevolking van de in het onderzoek te onderscheiden gebieden. De gegevens dienen een betrouwbaarheid van 95 procent bij een nauwkeurigheidsmarge van 5 procent te hebben. Dit resulteert in minimaal 385 enquêtes per gebied;
- bij de steekproeftrekking dient rekening te worden gehouden met het aantal aankooplocaties per gebied, waarover het wenselijk is dat er betrouwbare uitspraken over kunnen worden gedaan. Die gegevens dienen een betrouwbaarheid van 85 procent bij een nauwkeurigheidsmarge van 5 procent te hebben. Dit resulteert in minimaal 210 enquêtes per aankooplocatie.

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

Toevloeiing randgebied

De koopstromen houden niet op bij de grenzen van het onderzoeksgebied. Voor de toevloeiing uit de gemeenten direct buiten het onderzoeksgebied is daarom in het randgebied geënuquêteerd. Dit randgebied bestaat uit een brede ring van gemeenten buiten het onderzoeksgebied, zowel in Nederland, Duitsland als België. Zie bijlage B voor een volledig overzicht van de indeling van het Nederlandse, Duitse en Belgische randgebied op gemeenteniveau.

Dataverzameling

Onderzoekverloop en aantal waarnemingen

De enquête is in eerste instantie afgenomen bij een aantal landelijk panels (waaronder het eigen panel van I&O Research), die deels ook internationaal opereren en een gemeentelijk burgerpanel van Heerlen. Daarnaast is onder een aselechte steekproef een uitnodigingsbrief verspreid. Deelnemers die ingingen op die uitnodiging deden dat in principe online. Wanneer potentiële deelnemers aangaven niet over digitale middelen of mogelijkheden te beschikken, konden ze deelnemen via een telefonisch afgenomen – maar een sterk verkorte – vragenlijst. De dataverzameling heeft plaatsgevonden in oktober, november en december 2019, met een bescheiden uitloop in de eerste week van 2020. In totaal zijn er 31.592 geslaagde enquêtes afgenomen. In dit aantal is inbegrepen de respons op de mogelijkheid die gemeenten konden aanbieden om via een open link deel te nemen. Tabel 1 geeft de verdeling van afgenomen enquêtes per type respons weer.

Tabel 1 Aantal enquêtes per type respons

Type respons	Aantal enquêtes	Procentuele verdeling
Steekproef	20.067	63,5%
Landelijke panels	7.410	23,5%
Gemeentelijke panels	295	0,9%
Telefonisch (steekproef)	150	0,5%
Open link	3.670	11,6%
Totaal	31.592	100%

Gedurende de veldwerkperiode heeft continue monitoring op het aantal geslaagde enquêtes plaatsgevonden. Hierbij is de omvang en samenstelling per gemeente gemonitord. In alle 31 gemeenten zijn uiteindelijk voldoende enquêtes afgenomen om hiervan voldoende betrouwbare resultaten te kunnen presenteren. De resultaten van deze gemeenten hebben alle een betrouwbaarheid van 95 procent/foutmarge van 5 procent (dus minimaal 385 enquêtes).

Verder zijn er in totaal 54 kernen en 85 aankooplocaties waarover voldoende betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan:

- Aankooplocaties: van de 85 aankooplocaties hebben de resultaten van 64 aankooplocaties een betrouwbaarheid van 85 procent/foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal 210 waarnemingen) en zijn 21 'indicatief' met een betrouwbaarheid van 75 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 132 waarnemingen).
- Kernen: van de 54 kernen hebben de resultaten van 40 kernen een betrouwbaarheid van 85 procent/foutmarge van maximaal 5 procent (ergo minimaal 210 waarnemingen) en zijn er 14 'indicatief' met een betrouwbaarheid van 75 procent/foutmarge van 5 procent (ergo minimaal 132 waarnemingen).

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

Veldwerkuitvoering

Uitnodiging voor deelname

Op basis van de gestelde voorwaarden en uitgangspunten ten aanzien van de steekproefbepaling is een 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. 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 KSOL2019 door middel van het invullen van een online enquête. Internetadres en persoonlijke inlogcode geven toegang tot de online enquête.

Inzet van internetpanels

Behalve de werving met behulp van uitnodigingsbrieven zijn voor de dataverzameling ook internetpanels ingezet. In totaal zijn 7.410 enquêtes via internetpanels afgenomen. Aanvullend is gebruikgemaakt van een gemeentelijk burgerpanel (Heerlen). De totale respons bij dit panel bedroeg 295. 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 3.670 (toegelaten) enquêtes.

Dataverwerking en weging

Weging en herweging

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

Uit analyse van de respons op basis van achtergrondkenmerken blijkt dat de leeftjidsverdeling en de huishoudensamenstelling binnen de respons afwijken van die in de populatie. Daarom is hierop herwogen op gemeentelijk niveau. De verdeling op relevante achtergrondkenmerken is opgenomen in tabel 2.

Tabel 2 Kenmerken respons, ongewogen en gewogen (onderzoeksgebied)

Kenmerk	Ongewogen	Na weging	Populatie
Samenstelling huishouden			
Eénpersoons	22%	36%	36%
Eénouder gezin	4%	7%	6%
Meerpersoons, zonder kinderen	52%	30%	30%
Meerpersoons, met kinderen	23%	27%	28%
Leeftijd			
15 tot 25 jaar	2%	13%	13%
25 tot 45 jaar	18%	27%	25%
45 tot 65 jaar	43%	38%	35%
65 jaar en ouder	38%	22%	27%

Herweging respons uit Duitsland en België

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

Bestedingscijfers

Bepaling bestedingskengetallen

Voor de bepaling van de koopstromen is de hoogte van de bestedingen per hoofd per (sub)branche van essentieel belang. In het verleden leverde het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) cijfers over consumentenbestedingen. Omdat het HBD (sinds 2014) is opgeheven en er wel behoefte is aan algemeen geaccepteerde kengetallen, zijn er in onderlinge afstemming door onderzoeksbureaus (die ook fungeerden als opdrachtgevers) vergelijkbare kengetallen geproduceerd door Panteia, waarbij INretail de verantwoordelijkheid neemt.

Voor koopstromenonderzoeken zijn deze cijfers bruikbaar, maar niet zonder enige bewerking. Basis voor de te rapporteren gegevens zijn enerzijds de omzetcijfers (per branche) en anderzijds de vraagcategorieën/artikelgroepen in de KSO-enquête. Om tot bruikbare kengetallen te komen, is in het analysemodel waarmee we de koopstromen en consumentenbestedingen berekenen, gestreefd naar de best mogelijke afstemming en integratie van deze INretail-cijfers en KSOL2019.

Het vertrekpunt voor deze berekening zijn de omzetcijfers in de detailhandel per hoofd per branche(groep), zoals opgenomen in de rapportage Omzetkengetallen 2018. Dit is de omzet in winkels en in webwinkels. Daaraan wordt de geldende btw (zelfde bron) toegevoegd. Uitgezonderd van deze berekening, is de omzet in keukenzaken, in kurk- en parketzaken en in tegelhandel. De omzet in deze zaken is relatief hoog, terwijl het onwaarschijnlijk is dat deze zaken in het koopstromenonderzoek zullen worden bedoeld als gevraagd wordt naar de laatste aankoop woninginrichting.

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

Tabel 3 Koppeling artikelgroepen en branches

KSOL2019 artikelgroepen	branches en branchegroepen
Boodschappen	dagelijkse sector (combinatie van branchegroepen supermarkten, overige levensmiddelen en persoonlijke verzorging)
Mode	combinatie van branchegroepen mode, luxe en warenhuizen, maar exclusief branche huishoudelijke artikelen
Huishoudelijke artikelen	branche huishoudelijke artikelen
Sport- en spelartikelen	combinatie van branches sport- en kampeerzaken, en speelgoedzaken en tweewielerspeciaalzaken
Media- en hobbyartikelen	branchegroep hobby, spel en media, maar exclusief speelgoedzaken en tweewielerspeciaalzaken
Elektronica	branchegroep wit- en bruingoed en computers
Woninginrichting	branchegroep wonen, exclusief branches keuken en badkamerzaken en kurk- en parketzaken en tegelhandel
Doe-het-zelf artikelen	branchegroep doe-het-zelfzaken
Tuinartikelen en planten	combinatie van branches tuincentra en bloemenwinkels en overige tuinartikelen

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



Tabel 4 Bestedingscijfers per branche naar sector

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

* Geen onderdeel van vraagstelling KSOL2019

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

Voor de feitelijke bestedingen van respondenten zijn de bestedingsbedragen op het niveau van de gemeente gecorrigeerd voor de CBS inkomenscijfers 2018 (nieuwe reeks), die omgerekend zijn naar besteedbaar inkomen per 15+ inwoner. Daarnaast is er gerekend met een inkomenselasticiteit van 0,4 procent in de dagelijkse sector en 0,7 procent in de niet-dagelijkse sector. Dat wil zeggen 1 procent afwijking in het inkomen (ten opzichte van landelijk gemiddelde) = 0,4 procent afwijking in bestedingen in de dagelijkse sector en 0,7 procent in de niet-dagelijkse sector. In gemeenten waar het besteedbaar inkomen per 15+ inwoner op een hoger niveau dan landelijk ligt, wordt het bestedingspotentieel in positieve zin gecorrigeerd, en vice versa.

Toeristische winkelbestedingen

Aan de bestedingen die uit het KSOL2019 door middel van de enquête zijn bepaald, zijn toeristische bestedingen toegevoegd. Onder toeristische bestedingen (in winkels) wordt verstaan de bestedingen door buitenlanders die hier op vakantie zijn en door inwoners van Nederland tijdens een vakantie dan wel tijdens een uitstapje. Door de omvang van het onderzoeksgebied en het randgebied is de aanname dat het toeristisch/recreatieve 'winkelen voor het plezier' in het reguliere KSOL2019 is opgenomen.

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



De basis voor de berekeningen zijn landelijke bestedingen in de genoemde categorieën. De verdeling over regio's en uiteindelijk plaatsen verloopt getrapd. Van regio's (provincies) is bekend hoeveel overnachtingen ze hebben per verblijfs categorie (hotel en overig). Deze verhouding is bepalend voor de verdeling van de bestedingen in winkels over de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Gasten in hotels geven meer uit in de niet-dagelijkse sector en gasten in overige verblijfsaccommodaties meer in de dagelijkse sector. Dat laatste geldt ook voor uitstapjes. Geschat is dat hotelgasten 80 procent van hun bestedingen doen in de niet-dagelijkse sector en dat dit voor gasten van andere verblijfsaccommodaties 20 procent is. Dit zijn normgetallen uit onderzoek van NBTC uit 2016. Vervolgens zijn deze totalen verdeeld over de plaatsen in een regio met gebruikmaking van de werkgelegenheid in de relevante toeristische branches (bron: LISA). Een uitzondering is gemaakt voor DOC Roermond. Daar zijn de berekende bestedingen in de niet-dagelijkse sector verdeeld over DOC en centrum Roermond op basis van het winkelaanbod.

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 Etil (peildatum: 31 december 2019).

Om de Limburgse winkelmarkt (vanaf adresniveau) in beeld te brengen, heeft Etil gebruik gemaakt van een viertal bronregisters die tot haar beschikking staan. Afzonderlijk geven de registers onvoldoende informatie om de winkelvoorraad (en de dynamiek daarbinnen) in beeld te brengen. Door een combinatie van deze registers resulterend in het Centraal Vastgoed Register Limburg (CVR) is door Etil een basisbestand van winkelobjecten samengesteld. Het betreft de volgende vier registers:

- BAG (Basisregistratie Adressen en Gebouwen)
- WOZ (Waarde Onroerend Zaken)
- BOG (BOG-monitor Limburg)
- VRL (Vestigingenregister Limburg)

Het CVR is vervolgens gebruikt om de aanbodzijde (zowel winkels in gebruik als leegstand) te rapporteren en af te zetten tegen de vraagzijde (resultaten enquête). Daarvoor zijn twee bewerkingen uitgevoerd. In CVR is een andere hoofdindeling opgenomen van branches dan in de Koopstromenenquête is uitgevraagd. Door een andere samenvoeging van subbranches is afstemming verkregen. Dit heeft hoofdzakelijk betrekking op een andere toedeling van tuincentra ('bloemen en planten'). Een andere bewerking is de bepaling, c.q. berekening van de winkelleegstand. CVR bevat verschillende kenmerken van panden. Daaruit is de keuze gemaakt om als leegstand te definiëren: er is sprake van leegstand als een pand met een winkelbestemming geen detailhandel bevat (ongeacht of er niet-detailhandel gevestigd is).

Werkgelegenheidscijfers

De werkgelegenheidscijfers in het onderzoek zijn afkomstig uit dezelfde bron (CVR) als gebruikt voor het winkelaanbod. Voor dit deel zijn uitsluitend banen uit SBI 47: Detailhandel (niet in auto's) (excl. SBI 473: benzinstations, SBI 4773: Apotheken, SBI 478: Markthandel en SBI 479: Detailhandel niet via winkel of markt) en SBI 56: eet- en drinkgelegenheden (excl. SBI 562: kantines en catering) gebruikt.



Benchmarking

Om resultaten van de gemeenten, kernen en aankooplocaties goed te kunnen duiden, zijn benchmarkklassen gemaakt (zie bijlage A). Zo kan eenvoudig de desbetreffende gemeente, kern of aankooplocatie worden vergeleken met een vergelijkbare gemeente, kern of aankooplocatie. Voor gemeenten zijn de referentieklassen gebaseerd op stedelijkheidsgraad en voor kernen zijn de referentieklassen gebaseerd op inwonertal (bron: CBS). Voor aankooplocaties is een verdeling gemaakt naar functie én grootte (bron: Etil, I&O Research). Daarbij onderscheiden we drie benchmarkklassen: centrumlocaties, grootschalige locaties en winkellocaties (dat kunnen zowel kernen als wijkwinkelcentra zijn).

Onderzoeksresultaten KSOL2019

www.KSOL2019.nl

Alle uitkomsten van het KSOL2019 zijn digitaal ontsloten en beschikbaar. Voor het Koopstromenonderzoek 2019 Limburg is een aparte website ontwikkeld, www.KSOL2019.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.KSOL2019.nl is een applicatie beschikbaar waarin op interactieve wijze alle onderzoeksresultaten voor de zichtbare gemeenten, kernen en aankooplocaties wordt ontsloten. Op deze pagina staat een dashboard waarop de resultaten in beeld zijn gebracht voor alle onderdelen van het onderzoek. Het dashboard bestaat uit een viertal pagina's (te weten: Omzet en bestedingen, Bezoekenmerken en waardering, Winkelaanbod en werkgelegenheid en Horeca en leisure). Men kan zelf een gemeente, kern of aankooplocatie selecteren (en vergelijken). Bij de grafieken is het mogelijk om gewenste uitsplitsingen in te stellen (onder andere naar periode, branche, type bezoeker). Waar mogelijk en van toepassing worden uitkomsten vergeleken met een benchmark (vergelijkbare gemeenten/kernen/aankooplocaties). De kaarten met dagelijkse en niet-dagelijkse toevloeiing per gemeente en aankooplocatie en dagelijkse en niet-dagelijkse afvloeiing per gemeente zijn online benaderbaar via een dashboard. Indien gewenst kunnen de kaartbeelden opgeslagen worden als PDF of PNG-bestand.

Factsheets

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

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



- bezoekmotieven (aankooplocaties).

Leeswijzer factsheets

Deze notitie is beschikbaar op www.ksol2019.nl en 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 31 gemeenten, 54 kernen en 85 aankooplocaties in Limburg. Voor de factsheets van de aankooplocaties geldt dat in een aantal gevallen onderdelen van de factsheet niet gevuld zijn. Dit kan te maken hebben met het ontbreken van bijvoorbeeld bestedingen in de dagelijkse of niet-dagelijkse sector, het ontbreken van winkelaanbodgegevens (doordat het gaat om een niet door Etil op deze wijze afgebakende locatie). Bij de bezoekenmerken verblijfsduur, vervoermiddel en rapportcijfers is een onderscheid gemaakt tussen inwoners en overige bezoekers. Indien er minder dan tien waarnemingen zijn, worden de gegevens voor overige bezoekers niet weergegeven. Eenzelfde criterium is ook van toepassing op de aankoopmomenten. Indien er minder dan tien waarnemingen zijn bij 'dagelijkse aankopen' en/of 'mode & luxe', zijn hiervoor geen resultaten afgebeeld.

Gebruik onderzoeksresultaten in distributie planologisch onderzoek

Doordat producten steeds meer via internet worden aangekocht, wordt in nieuw koopstromenonderzoek internet ('online') integraal als aankoopkanaal meegenomen. Dit houdt in dat wanneer koopstromen in percentages worden uitgedrukt, de koopkrachtbinding + koopkrachtafvloeiing naar fysieke winkels + koopkrachtafvloeiing naar internet 100 procent 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 KSOL2019 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 procent - afvloeiing naar internet. Zie voor nadere informatie en een rekenvoorbeeld <https://www.retailinsiders.nl/docs/f672e119-cbd3-4906-806c-471e0a7f08ec.pdf>.



A Benchmarkindeling

A.1 Gemeenten onderzoekgebied naar stedelijkheidsgraad

Tabel A.1 Gemeenten onderzoekgebied naar stedelijkheidsgraad

Niet stedelijk	Weinig stedelijk	Matig stedelijk	Sterk stedelijk	Zeer sterk stedelijk
Beekdaelen	Beek	Landgraaf	Brunssum	
Bergen	Beesel	Sittard-Geleen	Heerlen	
Eijsden-Margraten	Echt-Susteren	Vaals	Kerkrade	
Gulpen-Wittem	Gennep	Weert	Maastricht	
Leudal	Horst aan de Maas		Roermond	
Maasgouw	Meerssen		Venlo	
Mook en Middelaar	Nederweert			
Roerdalen	Peel en Maas			
	Simpelveld			
	Stein			
	Valkenburg a.d. Geul			
	Venray			
	Voerendaal			

A.2 Kernen onderzoekgebied naar inwoneraantal

Tabel A.2 Kernen onderzoekgebied naar inwoneraantal

< 5.000	5.000-10.000	10.000-20.000	20.000-50.000	> 50.000
Afferden	Baarlo	Baarlo	Brunssum	Heerlen
Beesel	Bergen	Bergen	Geleen	Maastricht
Berg en Terblijt	Bocholtz	Bocholtz	Kerkrade	Venlo
Cadier en Keer	Bunde	Bunde	Landgraaf	
Gulpen	Eijsden	Eijsden	Roermond	
Heel	Elsloo	Elsloo	Sittard	
Klimmen	Gennep	Gennep	Venray	
Margraten	Helden	Helden	Weert	
Molenhoek	Herten	Herten		
Mook	Heythuysen			
Spaubeek	Maasbracht			
	Maasbree			
	Meerssen			
	Nuth			
	Panningen			
	Sevenum			
	Simpelveld			
	Stramproy			
	Susteren			
	Swalmen			
	Urmond			
	Vaals			
	Voerendaal			

A.3 Winkelgebieden onderzoekgebied naar functie en omvang

Tabel A.3.1 Stadscentrumlocaties

Stadscentrum tot 60.000 m ²	Stadscentrum vanaf 60.000 m ²
Centrum Sittard	Centrum Heerlen
Centrum Venray	Centrum Maastricht (inclusief Wyck en Sphinxkwartier)
Centrum Weert	Centrum Roermond
	Centrum Venlo

Tabel A.3.2 Grootschalige aankooplocaties

Woonboulevard / grootschalig tot 20.000 m ²	Woonboulevard / grootschalig 20.000-40.000 m ²	Woonboulevard / grootschalig vanaf 40.000 m ²
Zuiderpoort (Echt)	Makado (Beek)	Woonboulevard Heerlen
Retailpark A2 (Gronsveld)	Gardenz (Geleen)	Roda Boulevard (Kerkrade)
Retailpark Bêlvèdere (Maastricht)	Inter Chalet (Horst)	Trefcenter (Venlo)
Broekhin/Meubelboulevard (Roermond)	Designer Outlet Roermond	
Berghem (Sevenum)	Huis- en tuinboulevard (Roermond)	
Winkelzone Dr. Nolenslaan (Sittard)	Retailpark Roermond	
Winkelzone Handelscentrum Bergerweg (Sittard)	Woonboulevard Sijben/Goossens (Roermond)	
De Brier (Venray)	Roermondseweg-Moesdijk (Weert)	

Tabel A.3.3 Ondersteunende aankooplocaties (kernen, wijkwinkelcentra)

Winkelcentrum tot 2.500 m ²	Winkelcentrum 2.500-5.000 m ²	Winkelcentrum 5.000-10.000 m ²	Winkelcentrum 10.000-20.000 m ²	Winkelcentrum vanaf 20.000 m ²
Centrum Baarlo	Centrum Born	Centrum Beek	Centrum Brunssum	Centrum Geleen
Centrum Bocholtz	Treebeek (Brunssum)	Nieuw-Bergen, Mosaïque (Bergen)	Centrum Echt	Centrum Gennep
Brunssum Noord	Centrum Eijsden	Centrum Gulpen	Winkelcentrum 't Loon (Heerlen)	Centrum Panningen
Centrum Bunde	Centrum Elsloo	Centrum Heerlerheide	Centrum Heythuysen	
Houtstraat Pey (Echt)	Ubach over Worms (Landgraaf)	Carboonplein (Kerkrade)	Centrum Hoensbroek	
Centrum Heel	Scharnerweg (Maastricht)	Op de Kamp (Landgraaf)	Centrum Horst	
Centrum Herten	Winkelcentrum Donderberg (Roermond)	Schaesberg (Landgraaf)	Centrum Kerkrade	
Centrum Hulsberg	Centrum Sevenum	Centrum Maasbracht	Brusselse Poort (Maastricht)	
Centrum Klimmen	Centrum Susteren	Centrum Meerssen	Heer (Maastricht)	
Centrum Maasbree	Centrum Swalmen	Centrum Meijel	Centrum Nederweert	
Amerikaplein (Margraten)	Centrum Voerendaal	Centrum Nuth	Centrum Tegelen	
KoMook (Mook)	Leuken (Sint Jobplein) (Weert)	Centrum Reuver	Centrum Vaals	
Maasniel (Roermond)		Centrum Simpelveld	Centrum Valkenburg	
Industrieweg (Stein)		Centrum Stein	Centrum Blerick	
Boshoven (Weert)		Centrum Stramproy		

B Indeling randgebied

Tabel B.1 Indeling rand Nederland (gemeenten per provincie en COROP-regio)

Gelderland	Noord-Brabant	
<i>Arnhem / Nijmegen</i>	<i>Noordoost-Noord-Brabant</i>	<i>Zuidoost-Noord-Brabant</i>
Berg en Dal	Asten	Grave
Beuningen	Bergeijk	Heeze-Leende
Heumen	Bernheze	Helmond
Nijmegen	Boekel	Laarbeek
Wijchen	Boxmeer	Landerd
	Cranendonck	Meierijstad
	Cuijk	Mill en Sint Hubert
	Deurne	Nuenen, Gerwen en Nederwetten
	Eindhoven	Oss
	Geldrop-Mierlo	Sint Anthonis
	Gemert-Bakel	Someren
		Son en Breugel
		Uden
		Valkenswaard
		Waalre

Tabel B.2.1 Indeling randgebied Duitsland (steden/gemeenten per kreis)

Düren	Heinsberg	Kleve (selectie)	Viersen	Wesel (selectie)	Städteregion Aachen
Aldenhoven	Erkelenz	Bedburg-Hau	Brüggen	Alpen	Aachen
Düren	Gangelt	Geldern	Grefrath	Dinslaken	Alsdorf
Heimbach	Geilenkirchen	Goch	Kempen	Hünxe	Baesweiler
Hürtgenwald	Heinsberg	Issum	Nettetal	Kamp-Lintfort	Eschweiler
Inden	Hückelhoven	Kalkar	Niederkrüchten	Moers	Herzogenrath
Jülich	Selkant	Kerken	Schwalmtal	Neukirchen-Vluyn	Monschau
Kreuzau	Übach-Palenberg	Kevelaer	Tönisvorst	Rheinberg	Roetgen
Langerwehe	Waldfeucht	Kleve	Viersen	Sonsbeck	Simmerath
Linnich	Wassenberg	Kranenburg	Willich	Voerde (Niederrhein)	Stolberg
Merzenich	Wegberg	Rheurdt		Wesel	Würselen
Nideggen		Straelen		Xanten	
Niederzier		Udem			
Nörvenich		Wachtendonk			
Titz		Weeze			
Vettweiß					

Tabel B.2.2 Indeling randgebied Duitsland (kreisfreie steden)

Kreisfreie steden
Duisburg
Krefeld
Mönchengladbach
Mulheim an der Ruhr

Tabel B.3 Indeling randgebied België (gemeenten per arrondissement)

Hasselt	Maaseik	Tongeren	Luik (selectie)	Verviers (selectie)
As	Bocholt	Alken	Ans	Aubel
Beringen	Bree	Bilzen	Awans	Blieberg (Plombières)
Diepenbeek	Dilsen-Stokkem	Borgloon	Bitsingen (Bassenge)	Eupen
Genk	Hamont-Achel	Heers	Blégny	Herve
Gingelom	Hechtel-Eksel	Herstappe	Dalhem	Kelmis
Halen	Houthalen-Helchteren	Hoeselt	Herstal	Lontzen
Ham	Kinrooi	Kortesseem	Juprelle	Raeren
Hasselt	Lommel	Lanaken	Luik (Liège)	Thimister-Clermont
Herk-de-Stad	Maaseik	Maasmechelen	Oupeye	Welkenraedt
Heusden-Zolder	Oudsbergen	Riemst	Wezet (Visé)	
Leopoldsburg	Peer	Tongeren		
Lummen	Pelt	Voeren		
Nieuwerkerken		Wellen		
Sint-Truiden				
Tessenderlo				
Zonhoven				
Zutendaal				

I&O Research Enschede

Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede
T (053) 200 52 00
E info@ioresearch.nl
KvK-nummer 08198802

I&O Research Amsterdam

Piet Heinkade 55
1019 GM Amsterdam
T (020) 308 48 00
E info@ioresearch.nl