



Factsheet | Koopstromenonderzoek 2021

Megastores

(winkelgebied)

Inhoud



Basis
kenmerken



Voorzieningen-
aanbod



Branchering



Werk-
gelegenheid



Bestedingen en
marktaandeel



Herkomst
omzet



Ontwikkeling
binding



Waardering



Motieven



Bezoekgedrag

Basiskenmerken

Benchmark

Provincie: Zuid-Holland
Gemeente: 's-Gravenhage

Type locatie: woonboulevard/grootschalig
Omvang: > 40.000 m² **1**

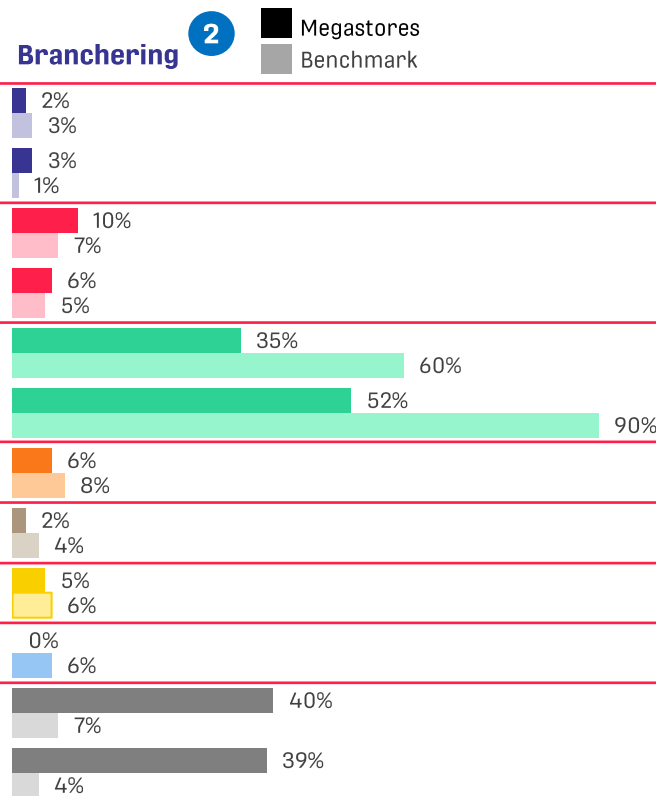
Voorzieningenaanbod

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).

Branchering

Onderstaande figuur toont de branchering van het voorzieningenaanbod op basis van het aantal verkooppunten. Dit betreft het aandeel dat de betreffende branche inneemt binnen het totale aantal verkooppunten.

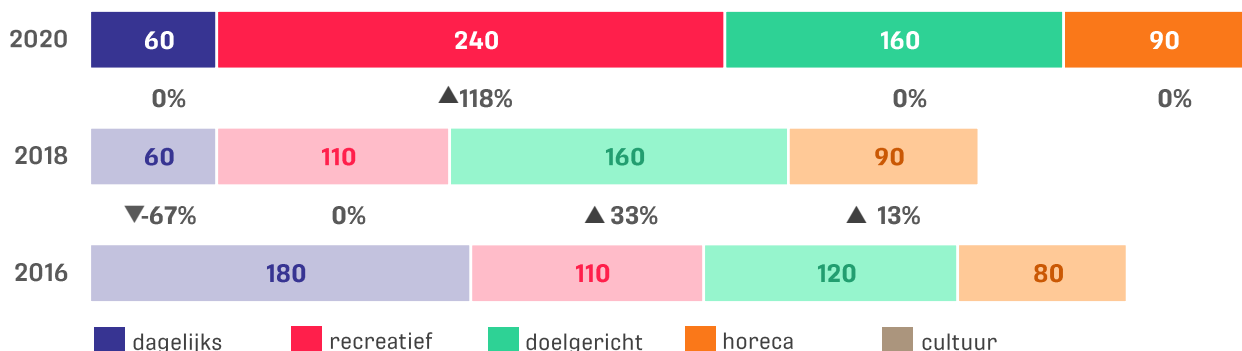
Verkooppunten	2016	2018	2021
Dagelijks vkp	3	2	2
Dagelijks m ²	3.000	2.000	2.000
Recreatief vkp	7	10	8
Recreatief m ²	2.200	4.300	3.400
Doelgericht vkp	33	37	28
Doelgericht m ²	39.700	42.200	30.800
Horeca vkp	6	6	5
Cultuur & ontspanning vkp	1	1	2
Diensten vkp	4	4	4
Overig vkp	0	0	0
Leegstand vkp	30	21	32
Leegstand m ² detailhandel	20.900	17.400	23.100
3 Totaal vkp	84	81	81
Totaal m ² detailhandel	65.900	66.000	59.400



Bron: Locatus, per 1 september getoonde jaar

Werkgelegenheid

Onderstaande figuur toont de ontwikkeling van het aantal banen in de detailhandelsbranches, de horeca en de sector cultuur & ontspanning* in dit winkelgebied. Tussen de staven zijn de groeipercentages weergegeven.



* cijfers zijn exclusief diensten. Bij kleine omvang van de sector worden de labels soms niet weergegeven | Bron: LISA2020, peildatum 1 april



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.

Omzet detailhandel

4

2021



omzet dagelijks **€ 2,0**

omzet recreatief **€ 2,1**

omzet doelgericht **€ 75,5**

in mln. euro (excl. btw)

Marktaandeel

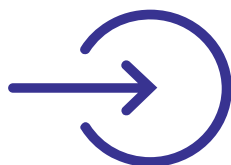
in de gemeente

Dagelijks **0,1%**

Recreatief **0,4%**

Doelgericht **14,8%**

€ 30,8 mln.



In gemeente 's-Gravenhage komen ook €30,8 miljoen toeristische bestedingen bij de detailhandel terecht. Deze bestedingen zijn niet toe te bedelen aan individuele winkelgebieden.

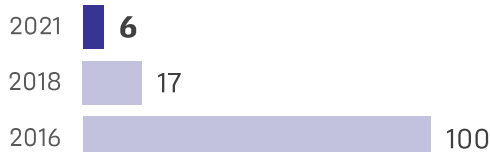
5

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.

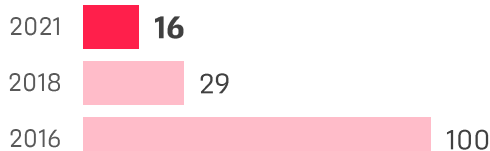
Omzetontwikkeling

index: 2016=100

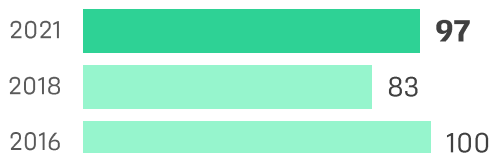
Dagelijks



Recreatief



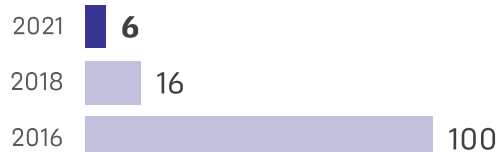
Doelgericht



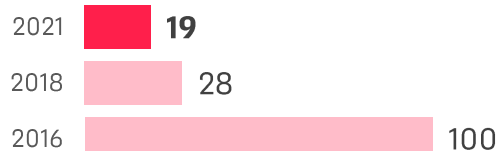
Ontwikkeling marktaandeel

in de gemeente

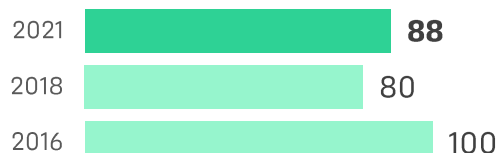
Dagelijks



Recreatief



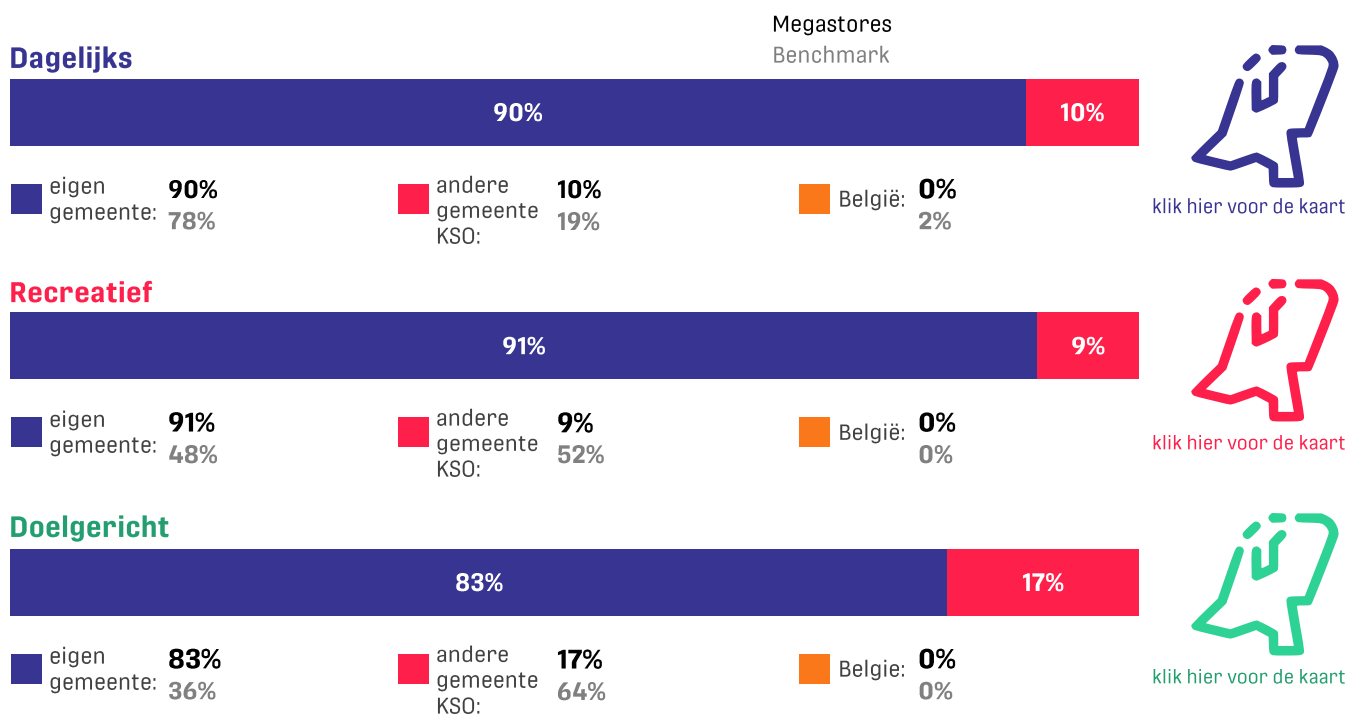
Doelgericht



→ Herkomst omzet

Onderstaande figuur laat zien waar de detailhandelsomzet vandaan komt. Hoe kleiner het aandeel van de omzet dat uit de eigen gemeente afkomstig is, hoe groter de toevloeiing. Tevens toont de grafiek de gemiddelde herkomstpercentages van vergelijkbare winkelgebieden (benchmark).

6

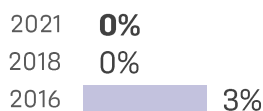


🔗 Ontwikkeling binding

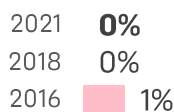
Onderstaande grafiek toont de ontwikkeling van de koopkrachtbinding. De binding betreft het aandeel van de bestedingen van consumenten uit de gemeente dat in dit winkelgebied terecht komt.

Ontwikkeling binding

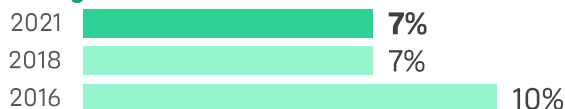
Dagelijks



Recreatief



Doelgericht



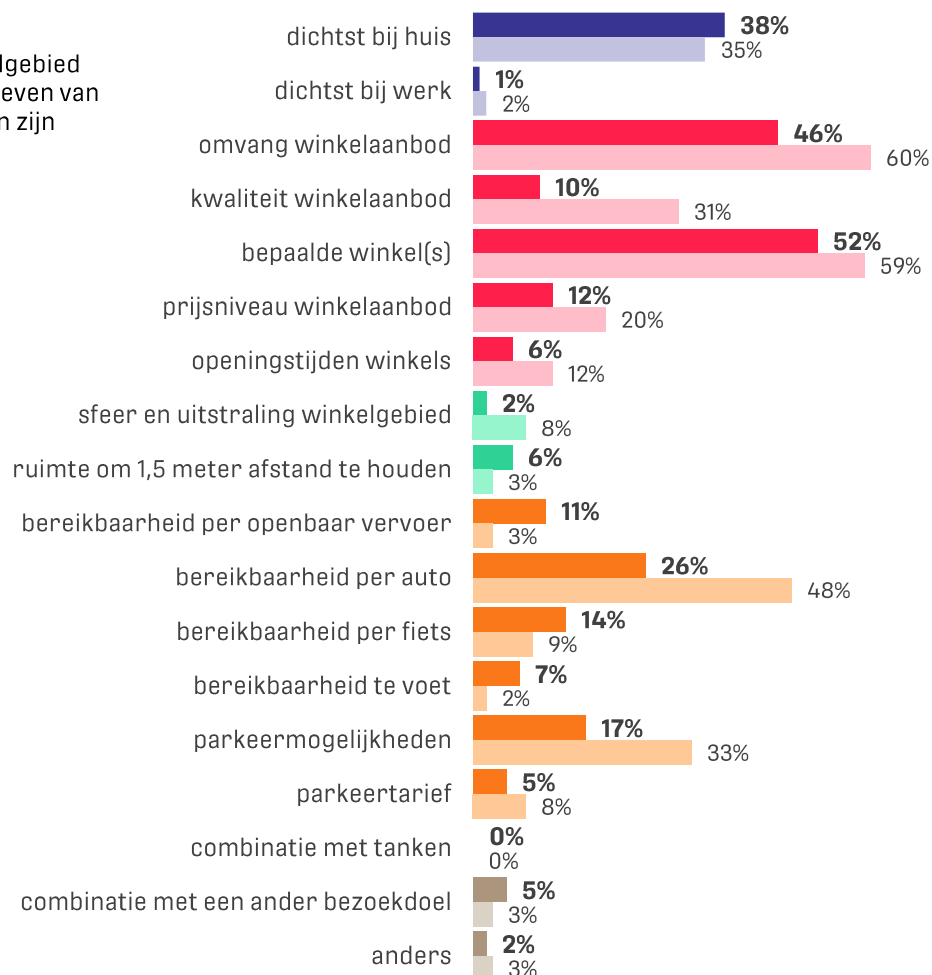
Waardering

Onderstaande figuur toont de gemiddelde rapportcijfers die consumenten geven aan verschillende aspecten van een winkelgebied. Bij het aspect faciliteiten gaat het bijvoorbeeld om wc, wifi, afhaalpunt en bankjes. De resultaten worden vergeleken met de benchmark.

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

Motieven

De figuur laat zien waarom consumenten voor dit winkelgebied kiezen en wat de bezoekmotieven van vergelijkbare winkelgebieden zijn (benchmark).



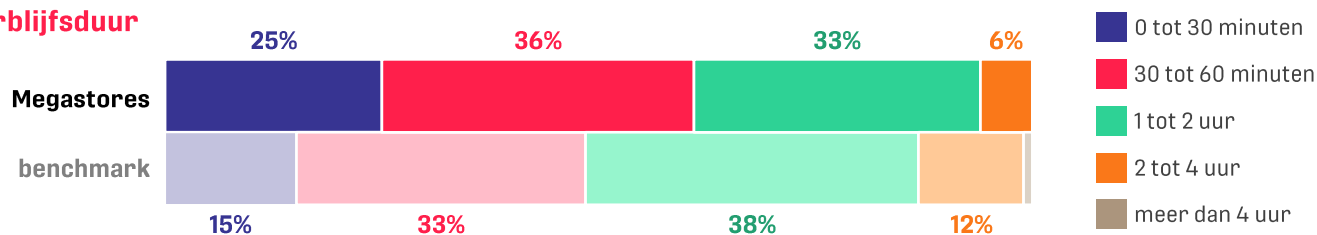
Megastores
 Benchmark



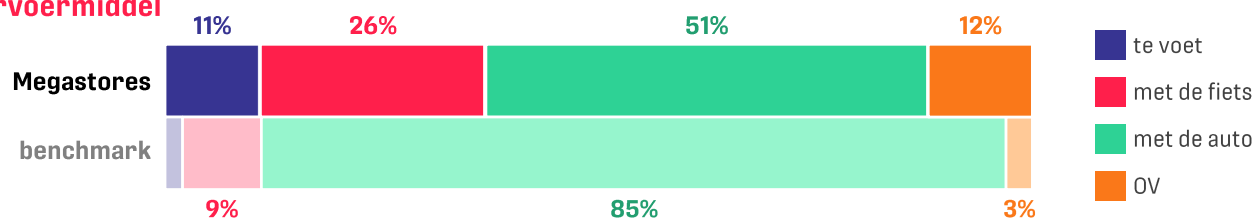
Bezoekgedrag

Onderstaande figuren laten 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.

Verblijfsduur



Vervoermiddel



Leeswijzer

1) Type locatie

- *Centrale winkelgebieden*: het centrale winkelgebied van een plaats
 - *Ondersteunende winkelgebieden*: wijk-, buurt- en stadsdeelcentra veelal sterk gericht op dagelijkse boodschappen.
 - *Grootschalige winkelgebieden*: winkelgebieden met grootschalig winkelaanbod veelal in doelgerichte branches (zoals woonboulevards).
- [Indeling winkelgebieden](#)

Omvang

indeling van winkelgebieden o.b.v. het totaal aantal vierkante meter winkelvloeroppervlakte (alle branches inclusief leegstand).

2) Branches

In de figuur hiernaast is de indeling van branches en artikelgroepen weergegeven. De sector niet-dagelijks is opgesplitst in twee hoofdgroepen: recreatief en doelgericht.

Onder *Cultuur & ontspanning* vallen bijvoorbeeld fitnesscentra en escape rooms.

Onder *Diensten* in winkelgebieden vallen onder andere kappers, tatoeage- en piercingzaken, schoonheidssalons en nagelstudio's.

[Klik hier voor een gedetailleerde indeling van de branches en artikelgroepen door Locatus.](#)

	BRANCHES KSO	ARTIKELGROEPEN
	Sector dagelijks	
	Dagelijks	dagelijks
Sector niet-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

3) Afkortingen

vkp verkooppunten
m² vierkante meter winkelvloeroppervlak

Leegstand

Leegstand vkp: het totale aantal leegstaande verkooppunten.

Leegstand m² detailhandel: het aantal leegstaande vierkante meters detailhandel (berekend conform de formule van Locatus) → [formule Locatus](#)

4) Bestedingen bij niet-aanwezige branches

Het kan voorkomen dat de factsheet bestedingen toont bij branches die niet in het winkelgebied zijn gevestigd. In dat geval hebben consumenten in de enquête aangegeven dat ze wel producten in de betreffende artikelgroep in het winkelgebied hebben gekocht. Veelal gaat het om artikelen zoals b.v. etenswaren bij een doe-het-zelf-zaak.

5) Toerisme/toeristische bestedingen

Bestedingen bij de detailhandel door binnen- en buitenlandse verblijfstoeristen en binnenlandse dagjesmensen. Het gaat enkel om toeristische bestedingen in winkels.

6) Andere gemeenten KSO

Het gaat hier om gemeenten binnen het onderzoeksgebied en randgebied van KSO21.