



“Impact Koopzondag op lokale  
economie Maastricht”

Werkgelegenheid in ontwikkeling

Februari 2015, Maastricht

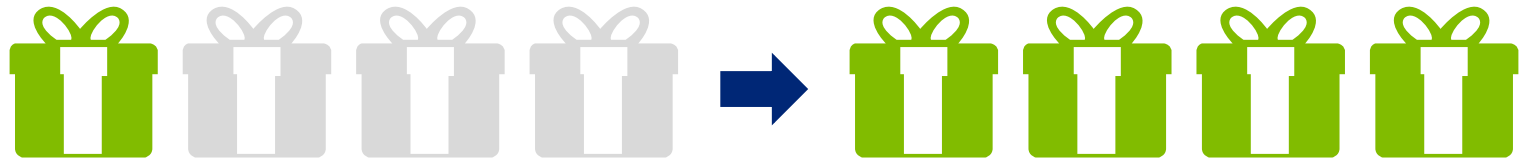
# Sinds 1 april 2013 is er een nieuwe verordening winkeltijden

## Hierdoor kan elke winkel voortaan op zondag open zijn

### Van een maandelijkse naar een wekelijkse koopzondag



Iedere zondag  
koopzondag!



### Wat zijn de economische effecten van de koopzondag?



Meer omzet?



Meer werkgelegenheid?



### Verordening winkeltijden 2013

In februari 2013 is door de gemeenteraad van Maastricht besloten om ondernemers zelf de openingstijd van hun winkels te laten bepalen. Hierdoor werd de incidentele koopzondag een permanente koopzondag.

De algemene gedachte is dat het vrijgeven van de winkeltijden zal leiden tot het aantrekken van meer winkelend- en cultureel geïnteresseerd publiek naar het centrum van de stad in de weekenddagen. Het achterliggend idee is om meer economische activiteiten en werkgelegenheid te genereren in de stad en regio.



### Vragen en doelstelling



Deze studie beschrijft wat de wekelijkse koopzondag bijdraagt aan de Maastrichtse economie. De volgende vragen worden beantwoord:

- Draagt de instelling van de permanente koopzondag bij aan meer economische activiteit in Maastricht?
- Wat is het effect voor horeca, detailhandel en de gemeente?
- Wat is het effect op de werkgelegenheid in Maastricht?
- Welke oorsprong heeft dit effect?

# Het belang van de detailhandel en de horeca in Maastricht is substantieel

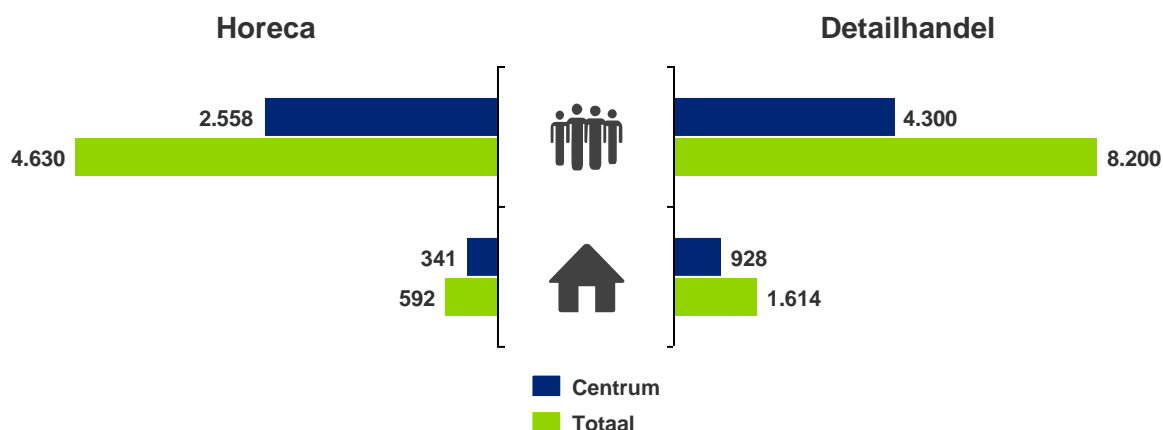
Horeca en detailhandel zijn respectievelijk verantwoordelijk voor 3,3% en 13% van de totale economische activiteit in Maastricht

## Maastricht is een beleving

Maastricht en winkelen gaan hand in hand. De historische binnenstad wordt gekenmerkt door authentieke speciaalzaken alsook de aanwezigheid van (inter)nationale merken. Maastricht wordt in het algemeen gezien als een populaire bestemming voor Nederlanders, Belgen en Duitsers, mede door het grote winkelaanbod.

Naast een ruim winkelaanbod zijn er in Maastricht ook een groot aantal horecazaken, gekenmerkt door het ruime aanbod terrassen met name op de drie grote pleinen. Daarnaast beschikt Maastricht over een groot aantal (eet)cafés en restaurants.

## \* Banen en vestigingen in horeca en in detailhandel van Maastricht



## \*\* Benchmark met 'vergelijkbare steden'

Stad	Horecazaken per winkel	Winkels/ 1000 inw.	Horecazaken/ 1000 inw.
Maastricht	0,55	5,0	5,0
Haarlem	0,48	3,8	3,8
Leiden	0,53	3,7	3,7
Groningen	0,53	3,4	3,4
Zwolle	0,44	2,9	2,9

## Het belang van horeca en detailhandel in Maastricht is substantieel

De horeca en detailhandel zijn relatief belangrijk in Maastricht. Vergeleken met andere steden heeft Maastricht meer horecazaken per winkel dan andere steden en is het aantal winkels en horecazaken per inwoner hoger dan in andere steden (HBD, CBS). Daarnaast is het aandeel van de horeca in de totale omzet in Maastricht substantieel hoger dan het landelijk gemiddelde (Rabobank). Uit deze bevindingen kan worden geconcludeerd dat het belang van de horeca en de detailhandel in Maastricht hoger is dan het landelijke gemiddelde.



\*Bron: nummer 3 en 5 uit bronlijst; \*\* Bron: nummer 4 en 7 uit bronlijst  
© 2015 Deloitte The Netherlands

# Om de impact op de lokale economie te bepalen, is onderzocht welke omzet wordt gegenereerd door de detailhandel en de horeca in Maastricht

Deze blijkt binnen een bandbreedte van 930 miljoen en 1,2 miljard te liggen\*

## Het schatten van de omzet

In 2007 werd de totale omvang van de Maastrichtse detailhandel geschat op ongeveer **€820 miljoen**. Recentere data over de omvang van de omzet van horeca en detailhandel is echter niet beschikbaar.

Vanwege methodologische en praktische redenen<sup>1</sup> is gekozen de omzet anno 2015 te beredeneren met schattingen.

Binnen dit onderzoek is gebruik gemaakt van schattingsmethoden die leiden tot een bandbreedte van zowel onder- als overschatting van de omzet. Hiervoor is gebruik gemaakt van respectievelijk pessimistische en optimistische ramingen van de omzet. Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te verhogen zijn de meest uiterste schattingen buiten beschouwing gelaten en wordt een gemiddelde omzet gebruikt. **Voor de horeca wordt met een gemiddelde van € 185 miljoen gerekend en voor detailhandel met een bandbreedte tussen de €800 en € 1 miljard.**

Deloitte heeft ter validatie van de schattingen diverse interviews met ondernemers gehouden, alsook een validatie-enquête onder 125 ondernemers (Deloitte<sup>2</sup>) uitgevoerd.

## Omzet-schatters

- 1 De totale omzet van Maastricht kan worden geschat door het **BBP per capita in Zuid-Limburg** (CBS) te vermenigvuldigen met het aantal inwoners van Maastricht. Deze totale omzet bedraagt ongeveer vier miljard euro. Hierin is het aandeel van horeca en detailhandel respectievelijk 3,3% en 13%. De omzet van horeca en detailhandel wordt geschat op €130 miljoen en €512 miljoen\*\*.
- 2 In de top 20 winkelsteden neemt Maastricht de 18<sup>e</sup> plaats in. Dit is één plek onder Enschede. In Enschede bedraagt de totale detailhandelomzet in 2010 €829 miljoen (I&O Research). De omzet van de Maastrichtse detailhandel ligt daarmee om en nabij de € 800 miljoen.
- 3 De omzet van horeca en detailhandel kan ook geschat worden aan de hand van de **gemiddelde omzet per medewerker** in horeca en detailhandel in Nederland (CBS). Deze gemiddelden worden vermenigvuldigt met het aantal banen in dezelfde branche. De omzet van de horeca en de detailhandel bedragen dan respectievelijk €185 miljoen en €986 miljoen<sup>3</sup>
- 4 Met het kengetal **omzet per vierkante meter in detailhandel (HBD)** kan de totale omzet van de Maastrichtse detailhandel worden beredeneerd. Met deze methode wordt de omzet van de detailhandel geschat op ongeveer €1,02 miljard<sup>3</sup>
- 5 Indien men het aantal vestigingen in Maastricht vermenigvuldigt met de **gemiddelde omzet per vestiging** in Nederland (CBS) kan de totale omzet van een branche in Maastricht worden geschat. Deze methode schat de omzet van de horeca op €243 miljoen en de omzet van de detailhandel op €1.6 miljard. Gezien de significante afwijking wordt deze uitkomst genegeerd<sup>3</sup>

## Totale omzetten horeca en detailhandel in Maastricht

IIIIII



<sup>3</sup>

Onderzoek naar impact koopzondag op lokale economie Maastricht - definitief

© 2015 Deloitte The Netherlands

\*Cijfers voor detailhandel en horeca gezamenlijk

\*\* Aangezien voor Maastrichtse situatie BBP per capita niet relevant is, wordt deze uitkomst genegeerd

# De koopzondag blijkt daarbij van substantieel belang voor horeca en detailhandel

Het overgrote deel van de horeca en retailers ziet de zondagopenstelling als voorwaarde voor behoud of toename van omzet

## Wat betekent de koopzondag voor de detailhandel?



De instelling van de permanente koopzondag geeft winkeliers de mogelijkheid om op iedere zondag omzet te kunnen genereren. Het merendeel van de retailers opent iedere zondag dan ook de deuren voor haar klanten.

- 74% van de detailhandel ziet de omzet gelijk blijven of stijgen (Deloitte<sup>2</sup>). Vooral het behoud/voorkomen van omzetderving wordt aangegeven als belangrijke waarde van de koopzondag. Op de volgende pagina wordt hier nader op ingegaan. Landelijk wordt op zondag 8% van de wekelijkse omzet gegenereerd (City-Traffic<sup>16</sup>).
- De proportie van de detailhandel met een omzetsijging verschilt voor winkels van verschillende grootte. Het grootwinkelbedrijf profiteert het meeste van de koopzondag: van retailers met een omzet boven de €1 miljoen boekt 86% een omzetsijging. Winkels met een omzet beneden de €1 miljoen zien de omzet maar in 28% stijgen<sup>5</sup>

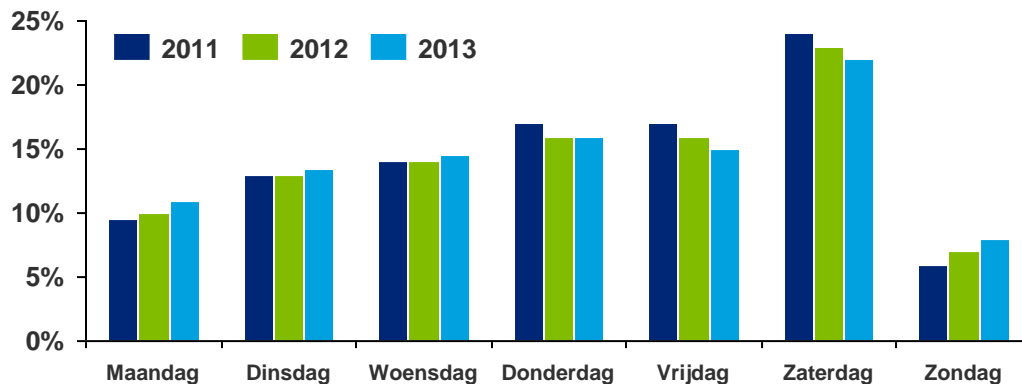
## Wat betekent de koopzondag voor de horeca?



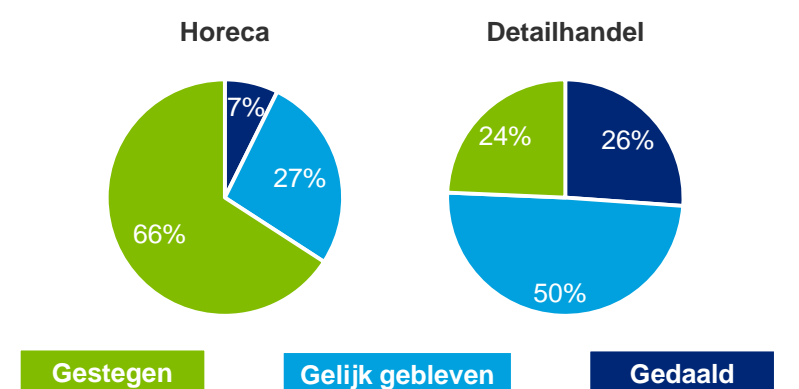
De horeca profiteert ook van deze zondagopenstelling van winkels. Bezoekers trekken in groten getalen naar Maastricht om te gaan winkelen en bezoeken dan ook de horeca. Ruim 90% van de horeca opent haar zaak.

- Twee derde van de horeca heeft sinds de permanente koopzondag een hogere omzet geboekt. In slechts zeven procent van de gevallen is de omzet afgenomen (Deloitte<sup>2</sup>)
- Het verschil tussen horecazaken van verschillende grootten is kleiner dan bij de detailhandel. Van de horecazaken met een omzet groter dan €1 miljoen boekt 83% een omzetsijging. Zaken met een lagere omzet genereren in 62% een hogere omzet<sup>5</sup>

## Landelijke verschuiving van detailhandel omzet per dag



## Veranderingen in omzet



\*Bron: Telegraaf, zondag 12 oktober 2014, 'Zondag wordt de nieuwe winkeldag'

© 2015 Deloitte The Netherlands

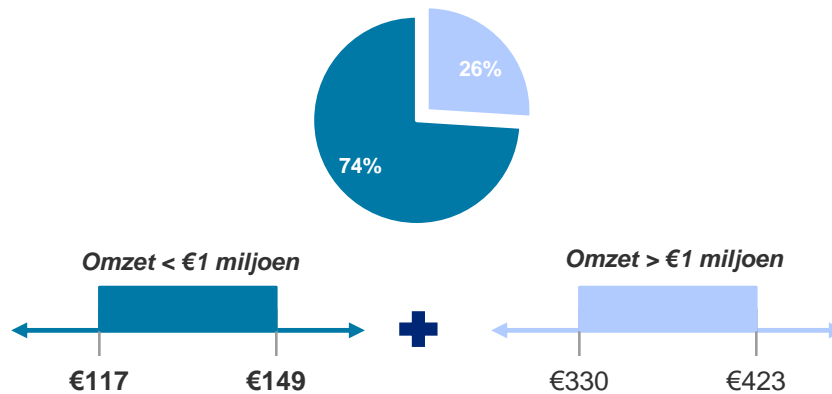
# Het effect van de koopzondag is niet voor alle retailers hetzelfde; de horeca in het centrum profiteert het meest van de bezoekersstroom op zondag

## Omzetstijging in het centrum van Maastricht door de koopzondag

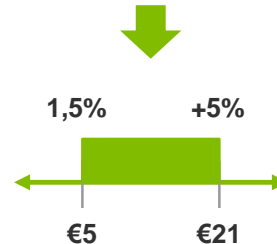
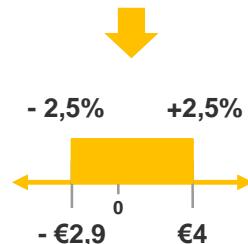
**Omzet centrum**  
(Deloitte<sup>6</sup>)



**Omzet naar grootte**  
(Deloitte<sup>7</sup>)

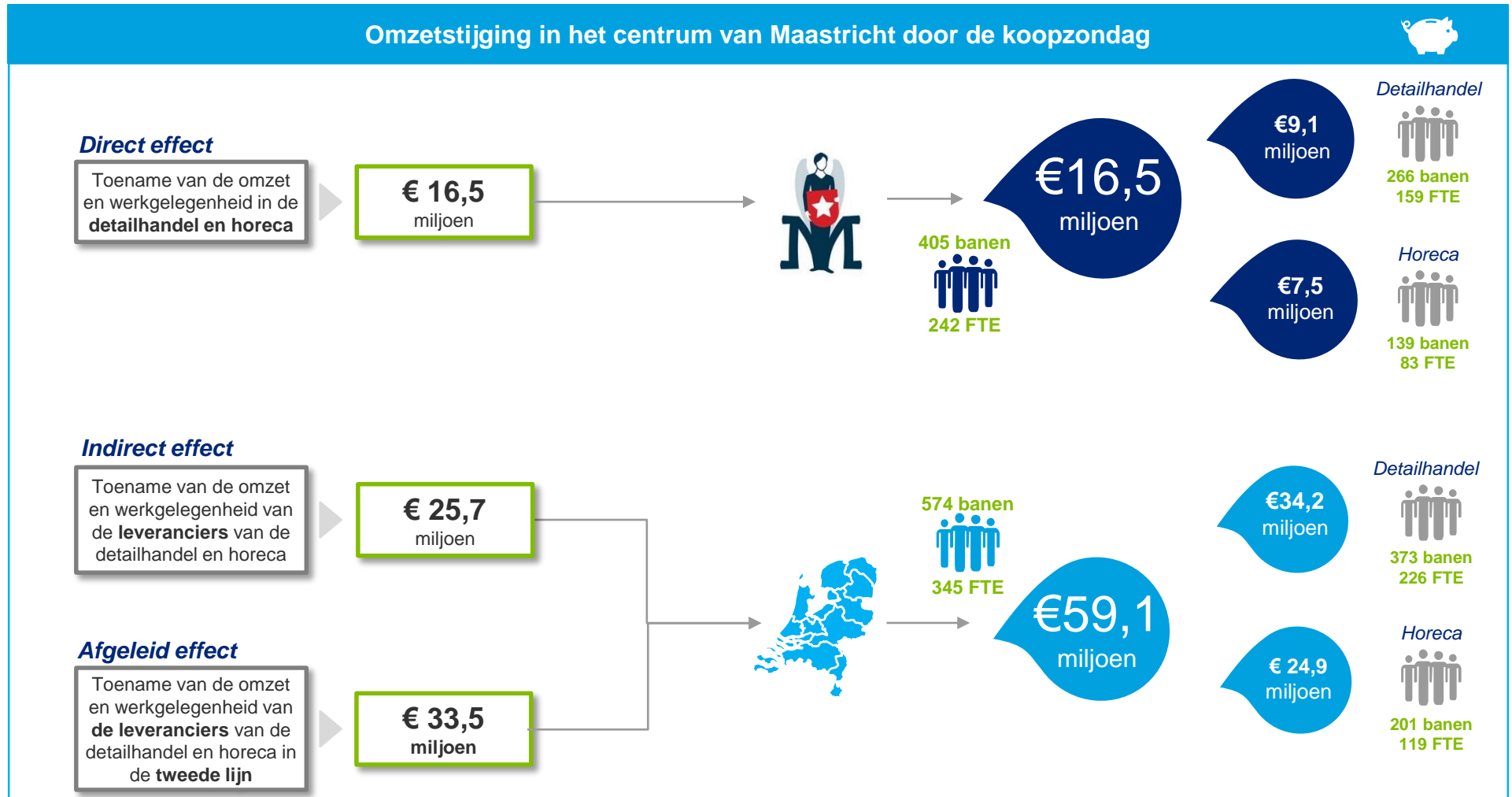


**Toename omzet**  
(Deloitte<sup>6</sup>)



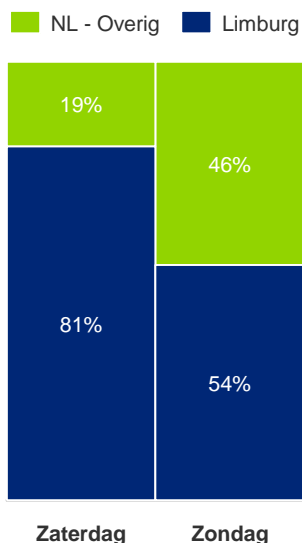
# De koopzondag creëert € 16,5 miljoen omzet en 405 banen binnen de economie van Maastricht

Bovendien zijn 574 banen binnen Nederland er (deels) van afhankelijk



# Buitenlandse bezoekers en bezoekers buiten Limburg zijn voor het overgrote deel verantwoordelijk voor de inkomsten die worden gegenereerd op de koopzondag

## Herkomst Nederlandse bezoekers (Deloitte<sup>4</sup>)

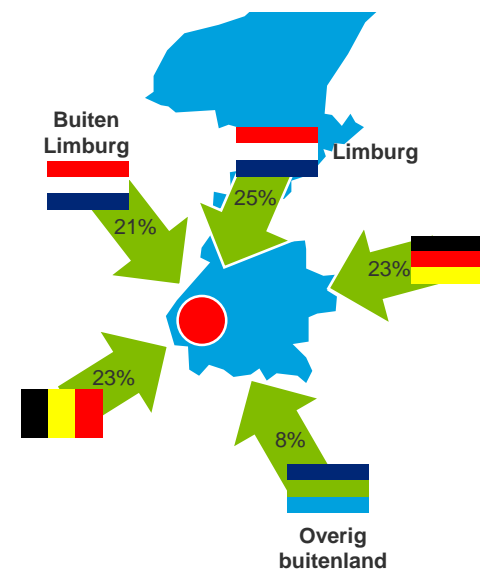


## Waar komt de extra omzet vandaan?

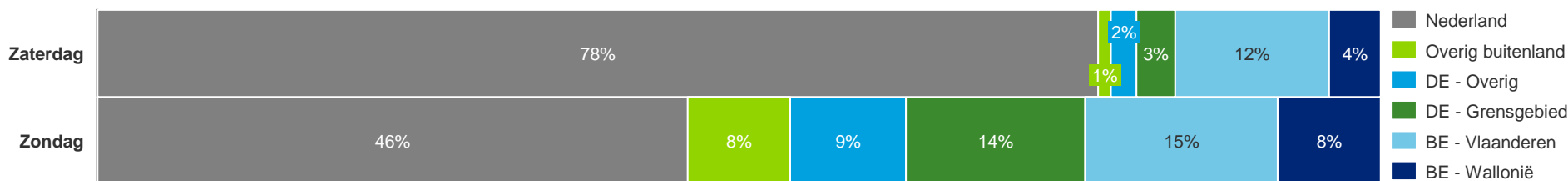
Sinds de instelling van de wekelijkse koopzondag zijn de inkomsten op zondag toegenomen. Het is van cruciaal belang om de oorsprong van deze geldstroom te identificeren. Het is mogelijk dat er een verschuiving van omzet naar de zondag plaatsvindt. De afname in omzet op maandag tot en met zaterdag zou gelijk kunnen zijn aan de toename in omzet op zondag. Dit zou betekenen dat de koopzondag géén extra omzet zou genereren. Er zou dan ook geen sprake zijn van een toename in de werkgelegenheid

De bezoekersstromen (Deloitte<sup>4</sup>) geven echter een geheel ander beeld. De koopzondag trekt grote stromen buitenlanders aan: maar liefst 54% van de bezoekers komt van over de grens. De koopzondag stelt hen in de gelegenheid om geld te spenderen in Maastricht. Indien er geen koopzondag zou zijn, dan zou deze omzet ook in zijn geheel kunnen verdwijnen. Deze omzet kan op basis van de beschikbare gegevens toe worden gewezen aan de koopzondag. Daarnaast trekt de koopzondag ook meer Nederlanders wonende buiten Limburg aan. Ook deze bezoekers brengen extra omzet naar Maastricht. Kortom: de koopzondag lijkt niet/beperkt te cannibaliseren op omzetten van andere omzetcdagen en Maastrichtse/Nederlandse retailers

## Bezoekersstromen op zondag



## Herkomst bezoekers op zaterdag en zondag (Deloitte<sup>4</sup>)





# Conclusie: de koopzondag is van substantieel belang voor de lokale economie

## Retailers hebben de zondag nodig om omzetsdaling tegen te gaan, de horeca profiteert relatief het meest

### De koopzondag zorgt met name voor omzetbehoud van retailers

- De detailhandel profiteert relatief beperkt in termen van omzetgroei als gevolg van de koopzondag
- Vooral het grootwinkelbedrijf profiteert van de koopzondag
- Desalniettemin zorgt de koopzondag voor een belangrijke mate van omzetbehoud in een economisch klimaat waar omzetsdaling in de fysieke detailhandel zich lijkt voort te zetten
- De koopzondag heeft een beperkt kannibalisatie effect op de omzet van andere Maastrichtse/Nederlandse retailers in andere dagen van de week. Dit in verband met de grote koopstromen vanuit het buitenland op zondag



### En groei voor horeca

---

- De horeca lijkt relatief het meest te profiteren van de permanente zondagopenstelling
- Bestedingen binnen de horeca kennen een ander vraagpatroon dan de aankoop van (duurzame) consumptiegoederen. Laatstgenoemde bestedingen worden in het algemeen (deels) uitgesteld/gespreid over koopdagen en retailers waardoor een verruimde winkeltijd bij de ene retailer kan kannibaliseren op een andere retailer. Bestedingen in de horeca hebben een veel groter incidenteel en gelegenheidskarakter. Deze lijken dan ook een netto positief effect te genereren binnen de lokale economie van Maastricht



### En voor algemeen behoud of groei in werkgelegenheid bij horeca en detailhandel

- In Maastricht 405 banen – 242 FTE en buiten Maastricht indirect 574 banen – 345 FTE

# Toelichting & bronvermelding

# Toelichting methodiek en gebruikte cijfers

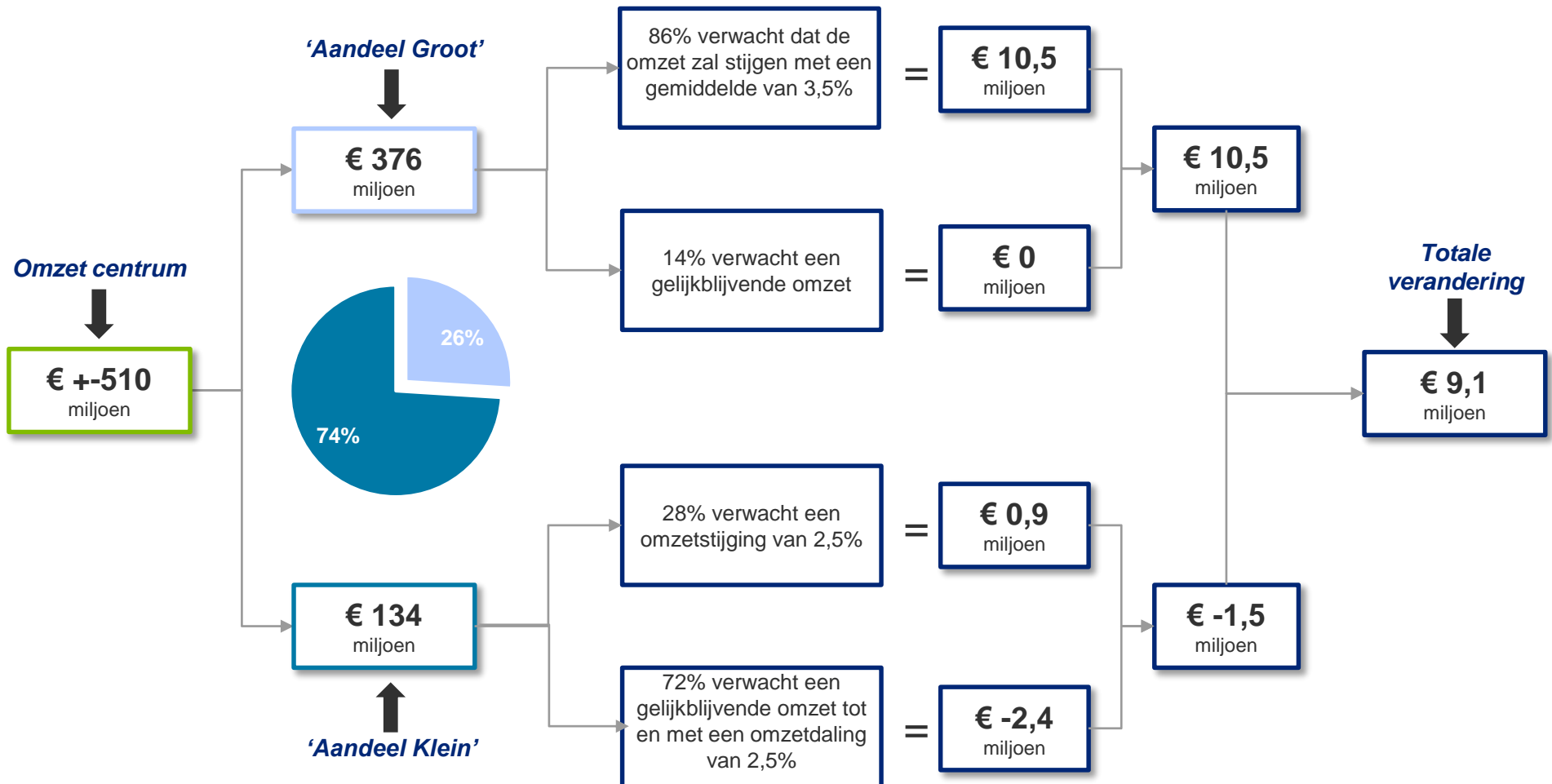


1. De methodologische en praktische redenen zijn:
  - a. Omzetgegevens van het grootwinkelbedrijf worden vanwege concurrentiegevoeligheid niet gedeeld
  - b. Medewerking aan een gedetailleerd onderzoek door het klein-winkelbedrijf werd vanwege administratieve lasten voor de kleine ondernemers niet opportuun geacht
2. Deloitte validatie-enquête die heeft plaatsgevonden tussen 19 november en 8 december 2014. Het aantal observaties bedraagt 198.
3. Indien voor het schatten van de omzet gebruik wordt gemaakt van de gemiddelde omzet per vestiging in Nederland, dan dit waarschijnlijk tot een overschatting van de omzet in Maastricht
4. Deloitte bezoekersenquête die heeft plaatsgevonden op zaterdag 8, zondag 9, zaterdag 15, zondag 16 en zondag 30 november. Het aantal observaties bedraagt 368.
5. Een deel van de ondernemers heeft geen omzetindicatie beschikbaar gesteld. Het aantal observaties waarmee de driedeling (omzetstijging, daling, gelijk gebleven) voor bedrijven van verschillende grootte is verdeeld, is daardoor kleiner dan het aantal observaties waarmee de algehele driedeling is verdeeld. Hierdoor is het mogelijk dat de percentages van de twee verdelingen niet met elkaar overeenkomen.
6. Analyse door Deloitte op basis van interviews, externe bronnen en validatie-enquête
7. De totale omzet is opgesplitst naar bedrijven met een omzet hoger dan €1 miljoen en naar bedrijven met een omzet kleiner dan €1 miljoen. De schatting is gebaseerd op het aantal vierkante meters en de gemiddelde omzet per vierkante meter. De omzet per vierkante meter in Maastricht is berekend (eigen onderzoek, Maastricht in Cijfers). Aan de hand van de gemiddelde omzet per vierkante meter is voor iedere categorie gebruiksoppervlakte een omzet geschat. Op deze manier kan de grens van €1 miljoen omzet in vierkante meters worden bepaald. Wanneer de geschatte omzet per categorie wordt vermenigvuldigd met het aantal winkels geeft dit een indicatie van de totale omzet per categorie. Omdat men de grens van €1 miljoen omzet heeft vastgesteld kan het percentage omzet van bedrijven kleiner dan €1 miljoen berekenen.
8. De detailhandel non-food telt ruim 70.000 bedrijven, inclusief webwinkels



# Toelichting schatting omzettoename van de detailhandel naar grootte

De omzet is conservatief geschat met behulp van een gewogen gemiddelde van het respectievelijk aandeel groot en klein winkelbedrijf. Betreffende cijfers zijn verzameld in interviews met branchevertegenwoordigers en gevalideerd met externe en door Deloitte uitgevoerde onderzoeken.



# Gehanteerde bronnen



1. Raad der gemeente Maastricht (2013), Verordening Winkeltijden Maastricht 2013
2. VVV Maastricht (2014), Shoppen (<http://www.vvvmaastricht.nl/shoppen.html>)
3. Rabobank (2013), Vitaal Maastricht
4. CBS (2014), Statline
5. Maastricht in Cijfers (2014)
6. Lisa (<http://www.lisa.nl/home>)
7. HBD, Feiten en cijfers ([http://www.hbd.nl/pages/15/Winkels/Detailhandel-totaal/Aantal-winkels-per-gemeente.html?subonderwerp\\_id=25](http://www.hbd.nl/pages/15/Winkels/Detailhandel-totaal/Aantal-winkels-per-gemeente.html?subonderwerp_id=25))
8. Rabobank (2014), De aantrekkingskracht van winkelsteden
9. HBD (2013), Omzetkengetallen 2011/2012
10. I&O Research (2010), Koopstromenonderzoek Oost Nederland 2010
11. BRO (2007), Detailhandelsnota analyse
12. Flycatcher (2012), Winkeltijden enquête Maastricht
13. Rabobank (2014), Cijfers en trends ([https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Horeca\\_en\\_Recreatie&brancheSelection=1](https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Horeca_en_Recreatie&brancheSelection=1))
14. CBS (2014), Kwartaalmonitor horeca (<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/handel-horeca/publicaties/monitor-handel-horeca/monitor-horeca/archief/2014/default.htm>)
15. CBS (2012) Input-Output-tabellen 2012
16. City-Traffic (2014), Artikel Telegraaf 12 oktober (<http://citytraffic.nl/site/page/interview-huib-lubbers-telegraaf>)



Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee (“DTTL”), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.nl/about](http://www.deloitte.nl/about) for a more detailed description of DTTL and its member firms.

Deloitte provides audit, consulting, financial advisory, risk management, tax and related services to public and private clients spanning multiple industries. With a globally connected network of member firms in more than 150 countries and territories, Deloitte brings world-class capabilities and high-quality service to clients, delivering the insights they need to address their most complex business challenges. Deloitte’s more than 210,000 professionals are committed to becoming the standard of excellence.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, its member firms, or their related entities (collectively, the “Deloitte network”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. No entity in the Deloitte network shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this communication.