

# DE VEELEISENDE CENTRUMBEZOEKER?

Een onderzoek naar de bijdrage van  
persoonskenmerken van bezoekers  
in middelgrote stadcentra op hun  
bezoekgedrag.



*Het historische centrum in de middelgrote stad Zutphen. Bron: eigen fotocollectie*

Nathan Mugge  
Bachelorthesis Geografie, Planologie en Milieu  
Faculteit der Managementwetenschappen  
Radboud Universiteit Nijmegen  
Juni 2021



# De zeggenschap van persoonskenmerken op het bezoekgedrag in de middelgrote stad

Een onderzoek naar de bijdrage van persoonskenmerken van bezoekers in middelgrote steden op de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en totale uitgaven.

Nathan Mugge

s1023566

Bachelorthesis Geografie, Planologie en Milieu

Faculteit der Managementwetenschappen

Radboud Universiteit Nijmegen

Juni 2021

Begeleider: dhr. L. Werner

Aantal woorden hoofdtekst: 18.795



## Voorwoord

Na zes maanden intensief bezig te zijn geweest met mijn bachelor scriptie is het dan zover: ik kan eindelijk zeggen dat mijn bachelor scriptie ten behoeve van de afsluiting van de bachelor Geografie, Planologie en Milieu is afgerond. Wat begon als themaverkenning in december, eindigt nu in juni met een volwaardige scriptie over het bezoekgedrag van bezoekers in middelgrote steden. Mijn interesse voor dit onderwerp werd gewekt door de wisselwerking tussen de waardering die bezoekers aan een bepaald centrum hechten en hoe zij daadwerkelijk het centrum utiliseren. Vanuit deze gedachte is het uiteindelijke onderwerp voor deze scriptie tot stand gekomen. De persoonlijke ervaring met het uitvoeren van een onderzoek van dergelijk formaat viel mij niet tegen. Gedurende het proces heb ik veel geleerd, wat een leerzame ervaring is voor het verdere verloop van mijn (studie)carrière.

Gedurende de maanden is het echter lang niet altijd even makkelijk geweest om een scriptie te schrijven. De covid-19 maatregelen die in heel Nederland golden ten tijde van onderzoek hebben het proces van onderzoek doen niet vergemakkelijkt, maar uiteindelijk kan ik trots zijn op het eindresultaat. Mijn dank in het onderzoeksproces gaat uit naar DTNP, die bereid was een dataset van voorgaande jaren ter beschikking te stellen om het onderzoek niet in tijdnood te doen laten komen. Daarnaast gaat mijn dank uit naar mijn medestudenten tijdens de dataverzameling. Met hen hebben wij de data in de steden verzameld ter aanvulling van het databestand en maakte dit proces tot een leuke aangelegenheid. Tot slot gaat mijn dank uit naar mijn scriptiebegeleider dhr. L. Werner die mij van de nodige feedback heeft voorzien tijdens het onderzoekstraject en dhr. H. Ploegmaker, die ons in de nodige meetings handvatten bood voor het onderzoeksproces en tevens een opfriscollege over kwantitatief onderzoek heeft gegeven.

Ik wens u veel plezier toe met het lezen van mijn scriptie!

Vorden, 23 juni 2021.

Nathan Mugge

## Samenvatting

Sinds jaar en dag is het centrum een plek in de stad om te wonen, werken en te recreëren. Door de jaren heen is het consumentengedrag van bezoekers in steden en de waarde die zij hecht aan een bezoek in het centrum steeds meer verschoven naar het kopen. Hiermee is de dominante functie van vele winkelcentra in Nederland meeveranderd van woon- en werkplek, naar een plek om te kopen en recreëren. Deze verandering maakt duidelijk dat bezoekers het centrum ander zijn gaan gebruiken en waarderen over tijd. Deze verandering in gebruik en waardering van binnensteden brengt nieuwe vragen en uitdagingen met zich mee. De verandering in waardering van binnensteden treft ook de middelgrote steden: steeds vaker moeten middelgrote steden het afleggen tegen de grote steden, welke hoe dan ook veel bezoekers blijven trekken. Door in kaart te brengen welke verschillende persoonskenmerken bijdragen aan de bezoekmotieven van bezoekers in het middelgrote centrum kan in kaart worden gebracht welke inzichten men drijft naar de (middelgrote) stad. De zichtbare hiaten in de literatuur heeft er toe geleid dat de focus in dit onderzoek ligt op welke persoonskenmerken bijdragen aan de bezoekfrequentie, tijdverblijf en totale uitgaven van bezoekers in de middelgrote stad. De doelstelling van het onderzoek luidt dan ook: *“Het doel van dit onderzoek is om inzicht te verkrijgen in de persoonskenmerken die invloed hebben op de bezoekfrequentie, het tijdverblijf en totale uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra, en hiermee de reeds bestaande wetenschappelijke kennis op het gebied van bezoekmotieven uit te breiden.”*

De vraag is dus, hoe de persoonskenmerken samenhangen met de bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadcentra. De vraag die centraal staat in dit onderzoek is:

*“Welke invloed hebben de persoonseigenschappen van bezoekers in middelgrote stadscentra op de bezoekfrequentie, het tijdverblijf en uitgaven?”*

Om tot een evenwichtig antwoord op deze hoofdvraag te komen, is er alvorens het onderzoek is opgezet een uitvoerige literatuuronderzoek verricht. In de literatuurstudie kwamen enkele hoofdconcepten naar voren op het gebied van de bezoekmotieven van bezoekers aan (middelgrote) centra. Ten eerste blijkt uit de literatuur dat de middelgrote steden steeds meer een lokale functie toebedeeld krijgt, ten opzichte van de grote steden. De consument gaat steeds meer waarde hechten aan de beleving van het winkelen en wordt daarop ook wel aangeduid als *funshopper* (Molenaar, 2009). Consumenten streven steeds meer naar een ‘dagje uit’ als men gaat winkelen. Vaak gaat dit ‘dagje uit’ dan naast het winkelen ook gepaard met een bezoek aan een culturele instelling. Een groot aanbod aan winkels en horeca in combinatie met een vorm van cultuur in het centrum is een vereiste voor een stad om deze ‘dagjes mensen’ naar het centrum te trekken. De grote steden met een historische achtergrond hebben vaak geen moeite om aan deze voorwaarden te voldoen: door de aanwezigheid historisch erfgoed wordt vaak al aan de voorwaarde voor cultuur voldaan en in de grote steden heeft men vaak ook al een uitgebreid aanbod aan winkels en horeca. Om deze reden wordt het voor middelgrote steden lastig om deze dagjes mensen naar hun stad toe te trekken. Om deze reden trekken middelgrote steden steeds vaker mensen die doelgerichte aankopen en steeds minder mensen die recreatief in het centrum verblijven: een interessant fenomeen om te onderzoeken in hoeverre de persoonskenmerken van bezoekers in deze middelgrote steden bijdragen aan hun bezoek in het centrum.

Ten tweede wordt een bezoek aan het (middelgrote) centrum beïnvloed door het zogenoemde *zwaartekrachtmodel* van Reilly (1931). Deze stelt dat de aantrekkingskracht van steden wordt bepaald door de grootte van een stad en de directe afstand tot een stad. Het zwaartekrachtmodel stelt dat er

een positief verband heerst tussen de grootte van de stad en de aantrekkingskracht hiervan en dat er een negatief verband bestaat tussen de afstand tot de stad en de aantrekkingskracht. Een uitbreiding op het zwaartekrachtmodel kwam van Huff (1964), die stelde het verschil in koopmotief van consumenten mede bepaalt in hoeverre een stad een bepaalde aantrekkingskracht heeft op bepaalde bezoekers. De voorgaande onderscheide concepten hebben er toe geleid om in dit onderzoek te focussen op de invloed van persoonskenmerken op het bezoekgedrag van mensen in de middelgrote stad. De verwachting is dat de persoonskenmerken leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en inkomen alle invloed hebben op het bezoekgedrag van bezoekers in middelgrote steden.

Om te onderzoeken in hoeverre de persoonskenmerken bijdragen aan de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en totale uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra, is een kwantitatieve onderzoeksopzet gebruikt. Door middel van het afnemen van face-to-face vragenlijsten in verschillende (middel)grote steden in Nederland is data vergaard en vervolgens geanalyseerd volgens meerdere multi-pele regressieanalyses. Al snel bleek uit de analyse dat het merendeel van de bezoekers in het middelgrote stadcentrum een doelgericht bezoekmotief had, wat in overeenstemming was met het eerder gestelde hoofdconcept uit wetenschappelijke literatuur. Uit de analyses kwam verder naar voren dat alle vier de onafhankelijke variabelen (verschillend) invloed hebben op de drie gestelde afhankelijke variabelen bezoekfrequentie, tijdsverblijf en uitgaven. Uit de regressiemodellen kwam naar voren dat de persoonskenmerken leeftijd, geslacht en inkomen de bezoekfrequentie van consumenten in middelgrote steden beïnvloed. Zo blijkt dat naar mate men ouder wordt het centrum vaker bezocht wordt en dat mannen vaker naar het centrum trekken dan vrouwen. Ook blijkt een verschil in inkomen van invloed op de bezoekfrequentie. Het tijdsverblijf van consumenten in het centrum wordt beïnvloed door persoonskenmerken leeftijd en geslacht. Zo bestaat er een positief verband tussen leeftijd en tijdsverblijf in het centrum en spenderen mannen minder tijd in het centrum dan vrouwen. Een verklaring voor de lagere bezoekfrequentie en het lagere tijdsverblijf van mannen in het centrum ligt voor de hand: mannen hechten veelal minder waarde aan het shoppen dan vrouwen, dit is dan ook direct terug te zien in de resultaten. Tot slot blijkt dat de persoonskenmerken geslacht, opleidingsniveau en inkomen alle drie van invloed zijn op de totale uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra. Mannen geven minder geld uit dan vrouwen bij een bezoek aan het centrum. Daarnaast blijkt dat mensen die een Mbo-opleiding hebben genoten, van alle verschillende opleidingsniveaus, het meeste geld uitgeven. Tot slot valt op te merken dat alle drie de verschillende inkomensgroepen elk significant meer of minder geld ten opzichte van elkaar uitgeven.

De resultaten van dit onderzoek hebben dus duidelijk gemaakt dat persoonskenmerken significant van invloed zijn op het bezoekgedrag van bezoekers in middelgrote stadcentra. Een kritische noot dient benoemd te worden: de verklaringskracht van de gedraaide modellen is zwak. Dit houdt in dat er naast de persoonskenmerken die in dit onderzoek centraal staan, waarschijnlijk nog andere factoren de afhankelijke variabelen beïnvloeden. Om deze reden dient er enige voorzichtigheid geboden met het generaliseren van de onderzoeksresultaten op de werkelijkheid. Desalniettemin zijn de resultaten in dit onderzoek significant en kan er geconcludeerd worden dat persoonskenmerken van invloed zijn op de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra.

## Inhoudsopgave

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Voorwoord .....                                          | I  |
| Samenvatting.....                                        | II |
| Hoofdstuk 1. Inleiding .....                             | 1  |
| 1.1 Aanleiding & projectkader.....                       | 1  |
| 1.2 Probleem- en vraagstelling.....                      | 2  |
| 1.3 Doelstelling.....                                    | 3  |
| 1.4 Wetenschappelijke relevantie.....                    | 3  |
| 1.5 Maatschappelijke relevantie .....                    | 4  |
| Hoofdstuk 2. Theoretisch kader .....                     | 5  |
| 2.1 Consumentengedrag .....                              | 5  |
| 2.1.1 Zwaartekrachtsmodel.....                           | 6  |
| 2.2 Aantrekkingskracht (middelgrote) stadcentra .....    | 7  |
| 2.3 Conceptueel model .....                              | 10 |
| 2.4 Operationalisatie .....                              | 11 |
| Hoofdstuk 3. Methodologie .....                          | 12 |
| 3.1 Onderzoeksstrategie .....                            | 12 |
| 3.2 Onderzoeksmateriaal en dataverzameling .....         | 14 |
| 3.2.1 Enquêteren .....                                   | 14 |
| 3.2.2 Onderzoek ten tijde van Covid-19 restricties ..... | 14 |
| 3.2.3 Dataverzameling.....                               | 15 |
| 3.3 Betrouwbaarheid.....                                 | 15 |
| 3.4 Validiteit .....                                     | 16 |
| 3.5 Data-analyse .....                                   | 17 |
| Hoofdstuk 4. Resultaten.....                             | 18 |
| 4.1 Databestand .....                                    | 18 |
| 4.2 Descriptieve analyse.....                            | 18 |
| 4.2.1 Leeftijd.....                                      | 19 |
| 4.2.2 Geslacht.....                                      | 19 |
| 4.2.3 Inkomen.....                                       | 20 |
| 4.2.4 Opleidingsniveau .....                             | 20 |
| 4.2.6 Bezoekfrequentie .....                             | 21 |
| 4.2.7 Tijdverblijf.....                                  | 21 |
| 4.2.8 Uitgaven .....                                     | 22 |
| 4.2.9 Bezoekmotief centrumbezoek .....                   | 23 |

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 4.3 Toetsende analyse.....                              | 24 |
| 4.3.1 Testen assumpties variabelen .....                | 25 |
| 4.3.2 Multipele regressieanalyse bezoekfrequentie ..... | 27 |
| 4.3.3 Multipele regressieanalyse tijdverblijf .....     | 31 |
| 4.3.3 Multipele regressieanalyse uitgaven.....          | 33 |
| Hoofdstuk 5. Conclusie, aanbeveling & reflectie .....   | 36 |
| 5.1 Conclusie .....                                     | 36 |
| 5.2 Discussie & aanbeveling .....                       | 38 |
| 5.3 Reflectie.....                                      | 41 |
| Literatuurlijst .....                                   | 42 |
| Bijlagen .....                                          | 44 |
| Bijlage A: Enquête veldwerk.....                        | 44 |
| Bijlage B: Output SPSS beschrijvende statistiek .....   | 45 |
| Bijlage C: Output SPSS toetsende statistiek .....       | 48 |

# Hoofdstuk 1. Inleiding

## 1.1 Aanleiding & projectkader

Het stadscentrum. Van oudsher een plek die aan verandering onderhevig is. Een plek met tal van verschillende functies die in verloop van tijd langzaam is veranderd. In eerste instantie was het stadcentrum een plek om te wonen. Na verloop van tijd deed de functie werk zijn intrede waarna we het centrum nu vooral kennen als woon-, winkel- en recreatiegebied. Maar de binnenstad was niet altijd zo geliefd zoals nu het geval is. Het Planbureau voor de Leefomgeving (2015) stelt dat in de jaren 70 en 80 de stedelijke bevolking flink daalde vanwege het lage woonimago in het stadcentrum. Het wonen in de stad was niet in trek, tot dit in de jaren 90 weer omsloeg. Deze trend van wonen in de stad zet zich nog steeds door. Hetzelfde kan niet gezegd worden over de ontwikkeling van bedrijvigheid in het stadcentrum. Sinds 2003 neemt de functie werkgelegenheid in het stadcentrum af. Dit is voornamelijk te merken in de detailhandel sector terwijl de vraag naar horeca alleen maar stijgt (PBL, 2015). Deze verandering maakt duidelijk dat bezoekers van middelgrote stadcentra de binnenstad anders zijn gaan gebruiken en waarderen over tijd.

Het opvolgende rapport van het Planbureau voor de Leefomgeving '*Veerkracht op de proef gesteld*' (2020), bevestigt het beeld van de eerder gestelde koers in het oude rapport van 2015: de landelijke trend van meer wonen en minder winkelen in binnensteden zal worden doorgezet en de verwachting is dat deze in de toekomst alleen maar verder zal toenemen. Maar hoe verhoudt zich dat tot de grote nevenfunctie van winkelen in de binnenstad?

Het adviesbureau Droogh Trommelen en Partners (hierna: DTNP) houdt zich al jaren bezig met de vraagstukken rondom middelgrote stadcentra. De middelgrote stadcentra zijn een interessante onderzoeksdoelgroep. De dominante centrumfunctie van de middelgrote stadcentra is tot op heden altijd de winkelfunctie geweest. Deze staat sterk onder druk doordat het bezoek- en koopgedrag van consumenten aan verandering onderhevig is. De grote stadcentra profiteren van deze verandering door hun grote aanbod aan winkel- en horeca-aanbod, vaak in combinatie met de cultuurhistorische elementen die zij in hun stad hebben. De middelgrote stadcentra hebben dit vaak slechts tot op zekere hoogte en leggen het daardoor vaak af tegen de grote steden. In deze veranderende verhoudingen van winkelen is het interessant om te onderzoeken welke functie het middelgrote stadcentra tegenwoordig bekleedt en wat de bezoekmotieven zijn van bezoekers in deze stadcentra.

DTNP werkt al een aantal jaar samen met derdejaars bachelor studenten Geografie, Planologie en Milieu die hun bachelor thesis koppelen aan de vraagstukken met betrekking tot de bezoekmotieven in middelgrote stadcentra. Deze bachelor thesis tracht voort te bouwen op het onderzoek dat is gedaan naar de bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadcentra en dient hiermee meer inzichten te verwerven ten behoeve van dit onderwerp.

Zoals gesteld is de functie van het middelgrote stadcentra aan verandering onderhevig. Maar hoe verhoudt zich dat tot de beweegredenen van bezoekers naar de stadcentra? Wat trekt bezoekers van deze middelgrote stadcentra nou specifiek naar het stadcentrum toe? Het theoretisch kader tracht enkele concepten te doen onderscheiden die uiteindelijk moeten leiden tot inzicht in deze concepten en zullen aanleiding geven tot de centrale vraagstelling in dit onderzoek.

## 1.2 Probleem- en vraagstelling

Uit de literatuurstudie is naar voren gekomen dat niet alleen de functie van het stadcentrum is veranderd over tijd maar ook de waardering die de bezoeker aan het (middel)grote stadscentrum hecht. Juist de ontwikkeling van dit fenomeen is voor de middelgrote stadcentra interessant om te onderzoeken. De manier waarop bezoekers de stad over tijd zijn gaan waarderen en gebruiken geeft een invalshoek die je kan toespitsen op de middelgrote stadscentra, die zich steeds vaker moeten meten met de grote stadcentra. Voor de middelgrote stadcentra is het dan ook interessant en nuttig om te weten welke type bezoeker er in haar stad komt, en vooral ook hoe vaak zij hier komt, hoe lang zij hier spendeert en hoeveel zij uitgeeft. Door onderzoek te verrichten naar de invloed van de persoonskenmerken van bezoekers op hun bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven kan in kaart gebracht worden welke persoonskenmerken bijdragen aan de bezoekmotieven van bezoekers in het middelgrote stadcentrum. Hierbij wordt specifiek onderzocht welke bijdrage verschillende persoonskenmerken hebben op de bezoekfrequentie, het tijdverblijf en de hoeveelheid uitgaven. Tevens kan gekeken worden of er sprake is van een hoger uitgavenpatroon als men langer in het stadcentra verblijft of vice versa. Gemeenten en winkeliers kunnen hier dan op inspelen door beleid of marketingstrategieën op te stellen naar aanleiding van de uitkomsten van het onderzoek. Dit vraagstuk mondt dan ook uit in de volgende hoofdvraag die in dit onderzoek centraal staat:

### Hoofdvraag

Welke invloed hebben de persoonseigenschappen van bezoekers in middelgrote stadscentra op de bezoekfrequentie, het tijdverblijf en uitgaven?

### Deelvragen

- Welke persoonseigenschappen dragen bij aan de bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra?
- In hoeverre dragen de eventueel onderscheide persoonseigenschappen bij aan de bezoekfrequentie, tijdverblijf en het aandeel uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra?
- Wat zijn de mogelijke verklaringen voor een eventueel gevonden verschil in bezoekfrequentie, tijdverblijf en aandeel uitgaven tussen bezoekers met verschillende persoonskenmerken in middelgrote stadcentra?

De opgestelde deelvragen dienen telkens antwoord te vinden op één specifiek onderdeel die uiteindelijk moeten leiden tot een antwoord die alle onderdelen van de hoofdvraag beslaat.

### 1.3 Doelstelling

Zoals is gebleken is er in de afgelopen jaren al onderzoek gedaan naar de bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadcentra. Wat drijft hen naar de stad toe en welke factoren zijn van invloed op hun komst? De kennis van wat men naar de stad trekt en wat de functierol van het centrum is zijn deels al in kaart gebracht. De kennis op het gebied van bezoekmotieven kan nog uitgebreid worden door inzichten te verwerven in de persoons eigenschappen die bijdragen aan het tijdsverblijf, bezoekfrequentie en aandeel uitgaven in de stad.

Het doel van dit onderzoek is dan ook inzicht te verkrijgen in de persoonskenmerken die van invloed zijn op de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en totale uitgaven van bezoekers in middelgrote stadscentra, en hiermee de reeds bestaande wetenschappelijke kennis op het gebied van bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote steden uit te breiden. Aan de hand van een kwantitatieve data-analyse tracht dit onderzoek bij te dragen aan, en uitbreiden van de reeds bestaande kennis op het gebied van bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadscentra. De resultaten van dit onderzoek kunnen dienen als informatiebron voor onder andere winkeliers, gemeenten en planbureaus of dient als startpunt voor verder onderzoek naar bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadcentra. Daarnaast kunnen er aan de hand van de resultaten aanbevelingen worden gedaan op het gebied van bezoekersgedrag in middelgrote stadscentra. Dit onderzoek dient naast het verwerven van theoretisch inzicht dan ook als praktijkonderzoek. Als uit het onderzoek blijkt dat er persoonskenmerken zijn die significant bijdragen aan de bezoekfrequentie, tijdsverblijf of uitgaven, dan kan hier in de praktijk op worden ingespeeld door partijen en zo de bezoeker te beïnvloeden langer in het centrum te blijven of een hoger uitgavenpatroon uit te lokken.

### 1.4 Wetenschappelijke relevantie

De wetenschappelijke relevantie van het onderzoek beoogt het uitbreiden van de kennis over de bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadcentra. Specifiek richt dit onderzoek zich op de persoonskenmerken opleidingsniveau en inkomen van bezoekers die van invloed zijn op het tijdsverblijf van bezoekers in middelgrote stadscentra. Door middel van afgenomen enquêtes in middelgrote stadscentra, zal door het gebruik van een kwantitatieve analysemethode worden getracht deze inzichten te vergaren.

Dit onderzoek bouwt voort op de al bestaande kennis die in verschillende onderzoeken naar voren is gekomen. Zo hebben Van Leeuwen en Rietveld (2010) onderzoek gedaan naar het consumentengedrag in middelgrote stadscentra. Hieruit komt voort dat voornamelijk de factor mobiliteit meespeelt in de keuze om naar het (middel)grote stadcentra te gaan. Heeft men de beschikking over verstrekkend vervoer (zoals een auto)? Dan is men tegenwoordig eerder geneigd de grotere stad de voorkeur te geven door de aanwezigheid van meer voorzieningen. Lagere inkomensgroepen met een kleinere beurs hebben vaak niet de mogelijkheid tot verstrekkend vervoer, waardoor zij vaker zijn aangewezen op lokale winkelcentra. Het aanbod van concurrentie in de grote stad leidt er daarnaast toe dat men meer keuze heeft voor één product en zo een meer weloverwogen keuze kan maken, wat de grote stad een voordeel geeft ten opzichte van de middelgrote stad. Middelgrote stadscentra krijgen volgens Van Leeuwen en Rietveld (2010) om deze redenen een meer lokale functievoorziening toebedeeld. Dit heeft volgens DTNP (2020) voornamelijk te maken met de trend dat bezoekers een dagje naar het centrum steeds vaker zien als 'dagje uit'. De beleving van de bezoeker bij een bezoek aan het centrum wordt steeds belangrijker. Niet voor niets stelt Van Aalst (1997) in haar werk dat steden met een aanbod van cultuur in de stad (musea, historie) aantrekkelijker zijn dan steden die dit niet hebben.

Hierbij wordt cultuur in de stad als aantrekkende factor gezien en weegt mee in de behoefte van de bezoeker voor een ‘dagje uit’.

Molenaar (2009) en Van Baren (2020) hebben in hun werken onderzoek verricht naar de persoonskenmerken die van invloed zijn op de bezoekmotieven in de stad. Uit deze werken is naar voren gekomen dat de grofweg twee dominante groepen van consumenten kunnen worden onderscheiden; de zogenaamde *runshopper* en *funshopper*. Beiden hebben een ander motief om naar het stadscentrum te trekken en maken andere afwegingen voor hun keuze om naar een stad te gaan.

Zoals blijkt uit deze onderzoeken is relatief veel kennis beschikbaar over de persoonskenmerken en motieven die bezoekers naar de middelgrote stadcentra trekt en daarnaast welke functie de stad tegenwoordig bekleedt, maar dat er nog niet veel onderzoek is gedaan naar welke persoonsgebonden kenmerken van invloed zijn op het *tijdverblijf* en *uitgavenpatroon* van bezoekers in de middelgrote stad. Dit is een gemiste kans, want met deze kennis kan bijvoorbeeld door beleidsmakers of winkeliers in stadcentra worden ingespeeld om bezoekers te verleiden langer in de binnenstad te verblijven of een hoger uitgavenpatroon bij bezoekers uit te lokken. Dit onderzoek tracht dan ook deze hiaat in de literatuur te doen dichten en de ‘*knowledge gap*’ te overbruggen.

Het wetenschappelijke relevante doel van dit onderzoek is dan ook het uitbreiden van de inzichten die reeds bestaan voor de bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadcentra. Daarnaast kan worden gesteld dat het vergaren van nieuwe theoretische inzichten, vrijwel altijd gepaard gaan met het oplossen van een praktijk- of handelingsprobleem (Verschuuren en Doorewaard 2015). Dit praktijkgerichte handelingsprobleem komt in dit onderzoek terug en is met name interessant voor beleidsmedewerkers van gemeenten, maar tevens voor winkeliers en horeca in binnensteden. Onder de paragraaf maatschappelijke relevantie (1.5) zal hier verder op worden ingegaan.

### 1.5 Maatschappelijke relevantie

Naast de wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek is dit onderzoek ook uiterst interessant op maatschappelijk gebied. Naast het verwerven en uitbreiden van de theoretische kennis op het gebied van de bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadcentra leent dit onderwerp zich tevens goed voor praktijkgericht onderzoek: er wordt immers een onderzoek gedaan naar direct in de praktijk toepasbare concepten. De praktijkgerichte ondertoon van dit onderzoek heeft als maatschappelijk doel het verkennen van de persoonskenmerken die bijdragen aan de bezoekfrequentie, het tijdverblijf en aandeel uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra en kan voor zowel de gemeenten, winkeliers en horecaondernemers interessant zijn.

Het tijdverblijf van bezoekers in de stad kan voor gemeenten en ondernemers in de stad een interessante factor zijn om op in te spelen. De bezoekfrequentie en het tijdverblijf kan voor gemeenten een belangrijke graadmeter zijn om te bepalen hoe aantrekkelijk het stadcentrum is. Hoe vaker men komt en hoe langer men spendeert in het stadcentrum, hoe attractiever de binnenstad. Als de resultaten aanleiding geven dat een langer tijdverblijf leidt tot hogere uitgaven van bezoekers in het centrum, dan kunnen gemeenten, winkeliers of horecaondernemers hierop inspelen door beleid of marketingstrategieën op te stellen om bezoekers langer in het centrum te houden.

Als blijkt dat het aandeel uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra wordt beïnvloed door specifieke persoonskenmerken, dan kunnen deze inzichten tevens bijdragen aan de praktijksituatie. Gemeenten en ondernemers kunnen hier wederom op inspelen door bijvoorbeeld beleid op te stellen dat inspeelt op de meest dominante persoonskenmerken. Op deze manier kan de binnenstad alles uit

haar potentieel halen door bijvoorbeeld specifieke winkels met verschillende budgetten in haar centrum te hebben die inspelen op de dominante persoonskenmerken.

## Hoofdstuk 2. Theoretisch kader

Zoals in de aanleiding gezien zijn de behoeftes rondom het stadcentrum door de tijd heen veranderd en is de functie van het stadcentrum met deze behoeftes mee veranderd. Interessant is nu om te verkennen wat de huidige beweegredenen zijn van bezoekers om naar het centrum te trekken, wat middelgrote stadcentra aantrekkelijk maakt en hoe middelgrote stadcentra zich profileren ten opzichte van andere stadcentra. De inzichten in het theoretisch kader trachten bij te dragen aan het verkrijgen van inzicht in belangrijke concepten die uiteindelijk als doel hebben uit te monden in een conceptueel model, die een overzicht geeft in de te onderzoeken concepten in dit onderzoek.

Het theoretisch kader is opgesplitst in twee hoofdconcepten. Allereerst wordt er gesproken over het veranderende consumentengedrag van bezoekers in de stad waarna vervolgens wordt ingegaan op de (huidige) aantrekkingskracht van middelgrote stadcentra.

### 2.1 Consumentengedrag

Niet alleen de functie van het stadcentrum is geleidelijk veranderd, ook de bezoekers van het stadcentrum veranderen mee, zo stelt Molenaar (2009). De klanten en hun behoeftes zijn mee veranderd met de huidige tijd. Tegenwoordig zijn er grofweg 2 verschillende soorten klanten te onderscheiden: de klanten die handelen vanuit het *ratiogedrag* en klanten die handelen vanuit het *emotiegedrag* (Molenaar, 2009). De klanten die uit het ratiogedrag handelen kopen en winkelen omdat ze een koopbehoefte hebben, dit is vaak gedreven door gemakzucht of door prijsmechanismen. Bij de emotieshoppers gaat het juist meer om de beleving van het winkelen, dan het winkelen zelf. Het winkelen als belevenis is 'leuk' en wordt vaak gezien als 'een dagje uit'. Molenaar (2009) stelt dat er binnen deze groepen onderscheid gemaakt kan worden tussen het type producten die van invloed zijn op het koopgedrag van mensen. Hierin wordt onderscheid gemaakt tussen twee type producten, de zogenaamde *shopping goods*: producten waar men over nadenkt als men echt gaat winkelen; en de zogenaamde *convenience goods*: producten waar men niet over hoeft na te denken als men het koopt. Denk hierbij bijvoorbeeld aan alledaagse levensmiddelen. Het kopen van de convenience goods gaat uiteraard makkelijker dan het kopen van de shopping goods, waarbij de stap om overgehaald te worden het product te kopen groter is dan bij convenience goods.

DTNP (2010) nuanceert dit in het rapport '*Kiezen of delen*' door te stellen dat er vijf typen winkelgedrag zijn. Zij maken onderscheid in: het recreatief winkelen, thematisch winkelen, doelgericht winkelen, boodschappen doen en het doen van ondergeschikte aankopen. Elk winkelgebied richt zich op een of meerdere type(n) winkelgedrag. Elk stadcentra heeft dan ook bepaalde winkels die cruciaal zijn voor het winkel- en bezoekgedrag van consumenten. Het PBL (2015) gaat hier verder op door en stelt dat door het verschil in deze verschillende type 'goods' er voor consumenten verschillende categorieën consumentengedrag te onderscheiden zijn namelijk het 'runshoppen', 'funshoppen' en het 'doelgericht winkelen'. Het runshoppen wordt gekenmerkt door het doelgericht winkelen en gaat hand in hand met de convenience goods, terwijl het funshoppen wordt gekenmerkt door de belevenis van de winkelervaring centraal te stellen. Het funshoppen focust zich met name op de shopping goods. De nuancering van de drie typen consumentengedrag die het PBL (2015) stelt, wordt in dit onderzoek als leidraad aangehouden.

Het is nu juist de beleving die steeds belangrijker wordt voor bezoekers om naar bepaalde stadcentra toe te gaan. Het aandeel 'funshoppers' wordt alsmaar groter en hierop moeten steden en winkels zich aanpassen. Tussen de binnensteden kan dan ook een verschil in consumentengedrag worden vastgesteld, zo stelt het PBL (2015). De grote stadcentra, met meer dan 100.000 inwoners, moeten het vooral hebben van de funshoppers vanwege hun grote aanbod aan winkels en voorzieningen terwijl de middelgrote stadcentra, tussen de 40.000 en 100.000 inwoners, het voornamelijk moeten doen met de 'runshoppers'.

Dit verschil in aantrekkingskracht van verschillende typen bezoekers in de verschillende steden kan verklaard worden vanuit het verschil in koopbehoefte. Zoals net gesteld trekken de grote steden vooral de dagjes mensen terwijl de middelgrote stadcentra zich tegenwoordig vooral lenen voor de dagelijkse boodschappen, de zogenaamde 'runshoppers'.

### 2.1.1 Zwaartekrachtsmodel

Het verschil in aantrekkingskracht van steden kan tevens verklaard worden uit het zwaartekrachtsmodel dat van de hand van William Reilly komt. Reilly (1931) stelde met zijn zwaartekrachtsmodel (*gravity model*) dat winkelcentra een bepaalde aantrekkingskracht hebben op bepaalde groepen consumenten in een bepaald gebied. De aantrekkingskracht van een winkelgebied hangt samen met de afstand die de consument naar het winkelgebied moet afleggen en de grootte van het winkelgebied. Zwaartekrachtmodellen danken hun naam aan de afgeleide van zwaartekracht: de zwaartekracht van Newton's *Law of gravity*. Het zwaartekrachtsmodel van Reilly vooronderstelt dat de kans groter is dat consumenten voor een bepaald centrum kiezen naarmate de grootte van het winkelgebied toeneemt óf wanneer de afstand tot deze centra afneemt. De keuze voor een bepaald centrum wordt dus gemaakt op basis van stadsgrootte en afstand tot de stad. De zwaartekrachtsmodellen proberen de locaties van detailhandel vestigingen in steden te verklaren. In de loop van de tijd zijn meerdere aanvullingen gedaan op het basismodel van zwaartekrachtmodellen. Voor het huidige onderzoek wordt basismodel van Reilly en de aanvulling van David Huff onder de loep genomen.

In het basismodel van Reilly, genuanceerd door Batty (1978), staan twee steden (A en B) centraal. Deze steden hebben een bepaalde aantrekkingskracht op de omliggende gebieden, het verzorgingsgebied. De aantrekkingskracht van steden wordt volgens Reilly bepaald door (1) de grootte van de steden in termen van bevolkingsgrootte; en (2) de directe afstand tot een stad. Reilly merkt in zijn zwaartekrachtsmodel op dat er een positief verband bestaat tussen de grootte van een stad en de aantrekkingskracht hiervan (Batty, 1978). Hoe groter de stad, hoe meer aantrekkingskracht. Daartegenover staat dat een negatief verband tussen afstand en aantrekkingskracht. Hoe verder een persoon verwijderd is van een stad, hoe minder aantrekkelijk de stad.

Een belangrijke aanvulling op het basis zwaartekrachtmodel van Reilly komt van David Huff. Huff bekritiseerde het basismodel dat het niet goed aan de empirie getoetst kan worden en stelt, in tegenstelling tot Reilly, dat de consument wél invloed kan uitoefenen op de vesting plek van winkels. Volgens Huff (1964) heeft de consument juist een grote invloed op de vesting plek van winkels doordat consumenten samen het verzorgingsgebied maken en op deze manier winkels dwingen een bepaalde plek in te nemen. Het model van Huff "*Model of Trade Area Attraction*" stelt dat de aantrekkingskracht van steden naast de grootte (gemeten in winkeloppervlak) en afstand (gemeten in tijd) ook wordt bepaald door het koopmotief. Het verschil in koopmotief van consumenten bepaalt welke afstand een consument is bereid af te leggen (Huff, 1964). Dit verschil in koopmotief wordt tevens bepaald door

de persoonskenmerken van de bezoeker. Verschillende koopmotieven leiden dus tot verschil in afstand die bezoekers bereid zijn af te leggen. Huff noemt hierbij dat breedte van het assortiment en het voorzieningenaanbod meewegen bij bezoekers in de keuze om een stadcentrum.

Het verschil in bereidheid om verschillende afstanden naar een stadcentrum af te leggen hangt samen met de eerdergenoemde trend van consumentengedrag. Molenaar (2009) stelde dat het consumentengedrag aan verandering onderhevig is en dat er grofweg drie verschillende consumenten te onderscheiden zijn. De *funshopper* is hierin een steeds groter wordende groep consumenten die de keuze om naar een (binnen)stad te gaan steeds vaker laat afhangen van meerdere factoren die samen een 'dagje uit' moeten vormen. In de theorie van Reilly en Huff komt dit verschil in aantrekkingskracht terug en wordt gesteld dat persoonskenmerken van invloed zijn op de keuze voor een stad. Interessant om te onderzoeken is nu juist welke persoonskenmerken bijdragen aan de keuze voor een bepaald stadcentrum.

## 2.2 Aantrekkingskracht (middelgrote) stadcentra

Uit de vorige paragraaf is gebleken dat er al langer sprake is van een verandering in het gedrag van bezoekers aan (middelgrote) stadcentra. Deze paragraaf haakt hier verder op in door de veranderende functievoorziening van de middelgrote stadcentra te bespreken ten opzichte van het bezoekgedrag van mensen.

Van Aalst (1997) stelt in haar proefschrift dat de aanwezigheid van cultuur in een stad, waaronder specifiek musea, een rol spelen bij de aantrekkelijkheid van een stad op het gebied van winkelen. Zij stelt dan ook dat musea sinds de jaren 80 worden ingezet voor revitalisering van stadcentra en het nieuw leven inblazen van steden. De aanwezigheid van een 'culturele supermarkt', zoals Van de Ven (1989) stelt, moet de bezoeker van een stad verleiden naar dit stadcentrum. De aanwezigheid van musea en cultuur moet ertoe leiden dat de aantrekkelijkheid van de stad wordt vergroot en zo bij potentiële bezoekers en bedrijven moet 'opvallen'. Van Aalst stelt desalniettemin dat het streven van steden door zich te onderscheiden van elkaar echter, leidt tot een verdergaande uniformiteit van steden.

Deze verdergaande drang van steden om zichzelf te onderscheiden van elkaar, leidt tot een competitiestrijd onder steden. Harvey (1990) stelt dat door deze drang naar differentiatie de steden juist in de toekomst alleen maar meer op elkaar zullen gaan lijken. Doordat steden allen innovatief willen zijn en niet op de concurrentie achter willen raken zullen ze alle faciliteiten die de 'concurrent' heeft, ook in haar eigen stad willen hebben om zo niet achter te raken in de rangorde. Dit leidt volgens Harvey (1990) dan ook tot een imitatie-drift, waarin steden elkaar zo veel mogelijk gaan kopiëren en de steden er uiteindelijk over een lange tijd wellicht allemaal hetzelfde uit zullen zien door het aanbod van dezelfde, grote marktspelers in de centra van de binnensteden. Op deze manier leidt de drang van differentiatie alleen maar tot uniformiteit. Maar op welke manier baseert de bezoeker dan haar keuze voor een bepaald stadcentra?

Met het oog op de toenemende stedelijke concurrentie, lijkt de 'stad als geheel' volgens Van Aalst (1997) een locatiefactor op zich te worden. Door een stad te hebben die zich op verschillende fronten goed etaleert, kan een stad zich goed afspiegelen tegenover potentiële bezoekers, toeristen, bedrijven en investeerders. Denk hierbij aan het hebben van een goede dienstensector, winkelveorzieningen en een infrastructuur. Dit moet de attractiviteit van het stadcentrum verhogen en bezoekers en toeristen naar het centrum lokken om hier uitgaven te doen.

De stedelijke concurrentie wordt versterkt door de toegenomen mobiliteit van bezoekers. Het verleden heeft bewezen dat de 'grote stadscentra' niet alleen meer goed toegankelijk zijn voor bezoekers die in de nabije omgeving wonen, maar vooral ook voor bezoekers die van verder weggkomen (Van Leeuwen en Rietveld (2010). Door de toegenomen mobiliteit van mensen richten consumenten zich niet meer alleen op hun lokale stadscentra, maar hebben zij nu ook de mogelijkheid om ook centra verder weg te bezoeken die groter zijn en meer voorzieningen aanbieden. Dit resulteert in een hogere concurrentie voor de middelgrote stadscentra. Echter heeft niet iedereen volgens Van Leeuwen en Rietveld (2010) deze mogelijkheden op mobiliteitsgebied en blijven mensen die niet over deze mogelijkheden beschikken vaak gericht op hun lokale stadcentrum.

Een ander bezoeks-motief voor bezoekers om te kiezen voor een bepaald winkelgebied is de aanwezigheid van concurrenten in de nabije omgeving van een stadcentra (DTNP 2020). Het is nu juist net deze concurrentie waar middelgrote stadcentra tegenwoordig last van hebben. De grote steden hebben een groter aanbod van winkels en zijn daardoor een stuk diverser dan middelgrote stadcentra. Daarnaast vervullen sommige middelgrote stadscentra ook een regionale rol. Een stad als Doetinchem, in de Achterhoek, trekt vanuit de regio veel bezoekers doordat de kleine omringende dropen vaak een beperkt aanbod aan winkels hebben (gemeente Doetinchem, 2018). Hiermee bekleedt een stad als Doetinchem een centrumfunctie in een perifeer gebied, aldus de gemeente Doetinchem (2018).

Van Aalst (1997) stelt opmerkelijk genoeg in haar doctorale master thesis, dat prestigieuze culturele voorzieningen in een stad worden gezien als middel voor het verbeteren van het stedelijk leven en moeten ertoe leiden dat bezoekers eerder geneigd zijn om voor de stad te kiezen met invloeden vanuit de culturele sector dan andere steden. Door de aanwezigheid van musea trachten steden zich te onderscheiden van elkaar door het aanbod van cultuur dat alléén in haar eigen stad te vinden is en niet in een andere stad. Deze aanwezigheid van de stads specifieke cultuur, zorgt ervoor dat de stad zich onderscheidt van andere steden. Bezoekers worden zo naar de stad gelokt en worden verleid om naast de cultuur te bezoeken in deze stad ook haar uitgaven te doen. Op deze manier kan cultuur worden ingezet als middel in de ruimtelijke planning.

De voorgaande trends leiden ertoe dat het middelgrote stadcentra een andere functie toebedeeld krijgt. Deze verandering van functiewaardering leidt al jaren tot een hoge leegstand in binnensteden, met name middelgrote stadcentra zijn hiervan de dupe (Zandbergen, 2018). De consument krijgt steeds meer mogelijkheden aangereikt voor een 'makkelijke' manier van winkelen door de komst van het shoppen op internet. Zo kan de consument vanaf de bank online artikelen bestellen of zich oriënteren voordat zij een keuze maakt naar welke winkels zij gaat. De bezoeker van middelgrote stadscentra wordt hierdoor steeds veeleisender als het gaat om een 'uitje' naar de stad. Hij gaat meer waarde hechten aan de beleving van zijn ervaring; steden en winkels moeten hierin meegaan. De grote steden, zo stelt Zandbergen (2018), kunnen hier makkelijker in mee gaan dan de middelgrote stadcentra. Door het al bestaande hoge aandeel winkel- en horeca aanbod is de stap voor bezoekers om naar een groot stadcentrum te gaan een stuk kleiner dan voor een middelgroot stadcentrum dat een kleinere variëteit aan winkelvoorzieningen en horeca aanbod heeft. De aanwezigheid van cultuur of cultuurhistorie in een stad, zoals eerder gesteld door Van Aalst (1997) maakt het dat een bezoeker door het brede scala aan ervaringen die de grote stad biedt, eerder geneigd is naar een grote stad te gaan als dagje uit dan het middelgrote stadcentrum. DTNP (2010) stelt dan ook dat het middelgrote stadcentrum een meer lokale voorzieningsfunctie toebedeeld krijgt. Door de mindere toeloop naar

middelgrote stadcentra, leidt dit volgens van Zandbergen (2018) tot een hoger aandeel aan leegstand in de middelgrote stadcentra. Dit is een gegeven en wordt verder niet onderzocht in dit onderzoek.

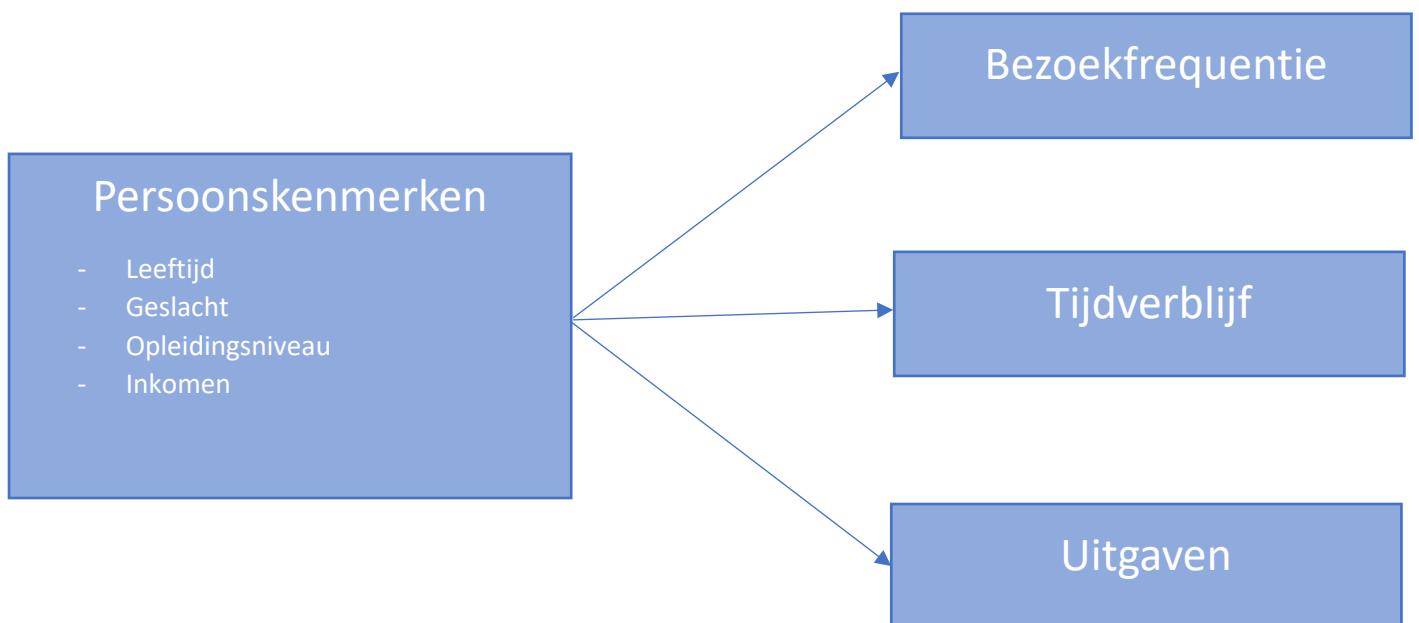
Er is dus gebleken dat er meerdere redenen zijn aan te wijzen voor de verminderde trek van bezoekers naar middelgrote stadcentra. Het middelgrote stadcentrum krijgt steeds meer een lokale functie binnen een gebied. DTNP (2018) stelt dat door de veranderende behoeftes van mensen en de komst van het internet leiden tot een meer lokale, hybride middelgrote stadcentrum. Het middelgrote stadcentrum ontkomt niet aan het feit dat de behoeftes van de consument veranderen en zullen in de toekomst vaker een hybride functie krijgen die gericht is op koop- en ontmoetingsplek.

De literatuur veronderstelt zodoende dat het bezoekgedrag van consumenten aan verandering onderhevig is en dit tevens leidt tot een verandering van de waardering in stadcentra. Er is een trend zichtbaar waarin de grote stadscentra vooral 'dagjes uit' bezoekers trekken, waardoor het middelgrote stadcentrum het voornamelijk moet doen met de doelgerichte, frequente bezoeker. Door hun grotere aanbod aan winkels, horeca en vaak ook historie en cultuur in de stad, zijn de grote stadcentra aantrekkelijker om een dagje te gaan funshoppen dan de middelgrote stadcentra. Op deze manier snoepen de grote steden steeds meer bezoekers van de middelgrote stadcentra af. Het is om deze reden bekend dat de middelgrote stad minder in trek is door de veranderende waarden die bezoekers hechten aan het shoppen. In de literatuur ontbreekt echter nog de koppeling welke persoonskenmerken van invloed zijn op de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en de uitgaven van bezoekers in de (middel)grote stadcentra. Dit is jammer, want deze inzichten kunnen bijdragen aan een gezonde, meer diverse binnenstad. Binnensteden zouden door het inspelen op bepaalde persoonskenmerken, een diverser bezoekerssamenstelling kunnen aantrekken en zo de binnenstad toegankelijker maken voor iedereen.

Er zijn in de afgelopen jaren in samenwerking met DTNP al eerdere onderzoeken geweest die de bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote centra proberen te ontleden. Zo is er onderzoek uitgevoerd naar het verzorgingsgebied van de middelgrote stad (Wolters, 2017), de aanwezigheid van gunstige factoren in middelgrote stadcentra (Janssen, 2016), de relatie tussen bezoekmotief en bezoekgedrag (Meurs, 2018), de beïnvloedbaarheid van bezoekmotieven (Neelis, 2018), et cetera. Deze onderzoeken dragen elk op hun eigen manier bij aan de inzichten rondom de bezoekmotieven van bezoekers in de middelgrote stad. In de onderzoeken mist echter nog de daadwerkelijke koppeling welke specifieke persoonskenmerken bijdragen aan de bezoekfrequentie, tijdsverblijf en uitgaven van bezoekers in de middelgrote stad én hoe deze persoonskenmerken bijdragen aan de variabelen. Dit onderzoek dient het gebrek aan kennis op het gebied van persoonskenmerken die van invloed zijn op de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en uitgavenpatroon weg te nemen. De inzichten die worden verworven in dit onderzoek dienen ten eerste als theoretisch inzicht, maar kunnen tevens dienen als praktisch inzicht: gemeenten en bedrijven kunnen, indien blijkt dat er significante resultaten zijn, inspelen op deze eigenschappen en zo eventueel het tijdsverblijf en uitgavenpatroon in de stad bevorderen.

### 2.3 Conceptueel model

Het voorgaande heeft geleid tot een vraagstelling die in dit onderzoek wordt onderzocht. De hoofdvraag luidt: *Welke invloed hebben de persoonseigenschappen van bezoekers in middelgrote stadscentra op de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en uitgaven?* In dit onderzoek wordt gesteld dat er een set van meerdere onafhankelijke variabelen invloed hebben op de afhankelijke variabelen. De verwachting is dat één of meerdere persoonskenmerken van bezoekers in middelgrote stadcentra invloed hebben de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en uitgaven. Daarnaast wordt voorondersteld dat er een wederkerig verband bestaat tussen het tijdsverblijf en aandeel uitgaven. Uit dit onderzoek moet blijken óf en in hoeverre ze dan daadwerkelijk invloed hebben op de afhankelijke variabelen. De voorgenomen onderzoeksvragen monden uit in het volgende conceptueel model:



Figuur 1. Conceptueel model.

## 2.4 Operationalisatie

Nu het te onderzoeken fenomeen is afgebakend, is het zaak om de meest relevante begrippen in dit onderzoek te definiëren. De begrippen die in dit onderzoek worden gebruikt kennen vaak meerdere ruime definities in zowel de literatuur als in het dagelijks leven. Doel van het operationaliseren is het nauwkeuring kiezen en omschrijven indicatoren voor complexe en/of abstracte begrippen (Verschuuren en Doorewaard 2015). Deze paragraaf poogt de meest relevante begrippen en indicatoren in dit onderzoek af te bakenen en laat tevens zien hoe (sommige) indicatoren zijn voorgelegd aan de respondenten in het databestand.

### *Onafhankelijke variabelen*

|                    |                                                                                                                                                                                          |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Persoonskenmerken: | eigenschappen van mensen die ze onderscheiden in wie ze zijn. Wordt in dit onderzoek uitgesplitst in demografische achtergrondgegevens: leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en inkomen. |
| Leeftijd:          | de leeftijd van de respondent in jaren.                                                                                                                                                  |
| Geslacht:          | het geslacht van de respondent.                                                                                                                                                          |
| Opleidingsniveau:  | hoogst behaalde studiegraad van de respondent. Uitgesplitst in de categorieën: lagere school, vmbo-mavo, havo, vwo, mbo, hbo en wo.                                                      |
| Inkomen:           | netto-inkomen per maand per huishouden. Weergegeven in drie categorieën: laag (< € 1.700), midden (€ 1.700-4.000) en hoog (> 4.000).                                                     |

### *Afhankelijke variabelen*

|                   |                                                                                           |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bezoekfrequentie: | aantal keer dat men het desbetreffende centrum bezoekt per jaar.                          |
| Tijdverblijf:     | het aantal minuten dat men heeft gespendeerd in het centrum op moment van enquête afname. |
| Uitgaven:         | het aantal uitgaven in euro's dat men heeft uitgegeven op moment van enquête afname.      |

## Hoofdstuk 3. Methodologie

Dit hoofdstuk zal de methodologische kant van het onderzoek belichten en uitleggen hoe dit onderzoek wordt uitgevoerd en waarom er bepaalde keuzes zijn gemaakt. Hierbij wordt veelal gebruik gemaakt van het boek van Verschuren en Doorewaard (2016): *Het ontwerpen van een onderzoek*. Allereerst wordt de gekozen onderzoeksstrategie behandeld waarna vervolgens wordt ingegaan op het onderzoeksmateriaal en de dataverzameling. In deze paragraaf worden tevens de betrouwbaarheid en validiteit uitgelicht. In de laatste paragraaf komt de data-analyse aan bod. Hierin wordt de keuze voor de analysemethode uitgelegd om vervolgens in het volgende hoofdstuk aan de slag te gaan met de resultaten.

### 3.1 Onderzoeksstrategie

De onderzoeksstrategie is volgens Verschuren en Doorewaard (2016) de meest bepalende beslissing die de onderzoeker bij het maken van een onderzoek moet nemen. Hier worden alle keuzes en geheel van samenhangende beslissingen voor het vervolg van het onderzoek genomen en bepalen dus het verloop van de rest van het onderzoek. Het boek: *Het ontwerpen van een onderzoek* (2016) veronderstelt 3 belangrijke kernbeslissingen die moeten worden genomen in de onderzoeksstrategie. Verschuren en Doorewaard stellen dat de eerste belangrijke keuze voor het onderzoek is of men met het onderzoek de diepte in wil, of juist uitspraken wil doen over de breedte van het onderwerp. Beide staan op een spanningsverhouding ten opzichte van elkaar. Tracht men met het onderzoek de diepte in te gaan, dan leidt dit tot een kleinschaliger onderzoek met gedetailleerde resultaten. Beperking hierbij is vaak dat de resultaten niet altijd even goed generaliseerbaar zijn door de kleinschaligheid van het onderzoek. Wil men met het onderzoek uitspraken doen die geldig zijn voor een grote populatie, dan is een onderzoek in de breedte meer aannemelijk. Door het opstellen van een onderzoek met een grotere populatie, kan men vaak uitspraken doen die gelden voor een bepaalde populatie. Door de grotere populatie van onderzoeken eenheden kunnen resultaten makkelijker worden gegeneraliseerd waardoor men in een onderzoek makkelijker uitspraken kan doen over grotere populaties. Beperking bij een onderzoek in de breedte is het gebrek aan diepgang en detaillering van de resultaten. Dit onderzoek zal een onderzoek in de breedte zijn. In dit onderzoek staan meerdere onafhankelijke variabelen centraal waarvan wordt verwacht dat zij van invloed zijn op de afhankelijke variabelen. Door het gebruik van een grote onderzoekspopulatie wordt getracht deze variabelen te analyseren en resultaten te ontdekken die generaliseerbaar zijn op een grote populatie-eenheid: de bezoeker van het middelgrote stadscentrum. Door een onderzoek in de breedte uit te voeren is het de bedoeling dat er generaliseerbare uitspraken gedaan kunnen worden.

De tweede kernbeslissing die genomen moet worden is of er gekozen wordt voor een kwantitatief of kwalitatief onderzoek. Worden de gegevens voornamelijk verzameld door veldwerk of data uit databases en koppel je hier dan analyse en berekeningen aan, of wordt er gekozen voor een interpreterende manier van onderzoek door het afnemen van interviews, een literatuurstudie of een casestudy? Voordeel van kwantitatief onderzoek is dat je in één keer grote hoeveelheden data kunt analyseren met behulp van SPSS. Door analyses uit te voeren via het statistiekprogramma SPSS, kan de data op een toegankelijke manier worden geanalyseerd. De geïnterpreteerde data moet leiden tot uitkomsten die te generaliseren valt over de onderzoekspopulatie(s). Via deze weg is een onderzoek in de breedte goed en nauwkeurig uit te voeren. Wanneer er een onderwerp wordt behandeld dat niet goed uit te drukken in cijfers, dan is kwalitatief onderzoek een goede optie. Kwalitatief onderzoek onderscheidt zich van kwantitatief onderzoek door vaak een onderwerp grondig van verschillende

kanten te belichten en zo het onderwerp volledig te behandelen. Vaak gaat dit gepaard met een zeer specifieke onderzoeksvraag waarop een antwoord geformuleerd dient te worden.

Er is in dit onderzoek gekozen voor een kwantitatieve onderzoeksbenadering. Dit onderzoek leent zich namelijk het beste voor een kwantitatief onderzoek, door middel van het afnemen van gekwantificeerde vragenlijsten kunnen de gegevens in SPSS worden geanalyseerd. Deze keuze gaat hand in hand met de keuze voor een breed georiënteerd onderzoek. Een kwantitatief onderzoek leent zich uitstekend voor het analyseren van grote hoeveelheden data en kan uitspraken doen over grotere onderzoekspopulaties. Dit onderzoek zal analyses uitvoeren over grotere datasets die in het verleden zijn afgenomen en daarom is een kwantitatief onderzoek een voor de hand liggende optie. Door het gebruik van beschrijvende analyses kan inzicht worden verkregen in de onderzochte onderzoekspopulatie waarna er vervolgens analyses gedaan kunnen worden met betrekking op de onderzoeksvragen. De kwalificerende benadering dient te achterhalen of er verbanden zijn tussen de variabelen gesteld in dit onderzoek en wat de eventuele sterkte van deze variabelen zijn. Deze relaties zullen vervolgens in een statistische toets worden getest in het resultaten hoofdstuk. De onafhankelijke variabelen zullen in dit onderzoek statistisch getest worden op de vermoedelijke verbanden met de afhankelijke variabelen bezoekfrequentie, tijdverblijf en inkomen.

Als laatste dient er volgens van Verschuren en Doorwaard (2016) een keuze te worden gemaakt in het type onderzoek dat wordt uitgevoerd. Ben je een echte bureauonderzoeker of ga je liever het veld in? Bij een kwalitatief onderzoek kan worden gedacht aan diepe literatuurstudies in combinatie met het afnemen van interviews, terwijl bij dataverzameling de onderzoeker meestal gedwongen is data te verzamelen in het veld.

Dit onderzoek veronderstelt dus een kwantitatief onderzoek dat vooral uitspraken wil doen in de breedte. Zoals eerder gesteld zal het hier dan ook gaan om het analyseren van datasets. Dit onderzoek zal gebruik maken van een combinatie van de hierboven genoemde onderzoeksmogelijkheden. Er zal grotendeels gebruik worden gemaakt van het doen van bureauonderzoek en deels van veldonderzoek. De data wordt verzameld te worden via empirisch afgenomen enquêtes in 'het veld'. De verwerking en het analyseren van de data vindt plaats door bureauonderzoek evenals het opstellen van de onderzoeksopzet en de literatuurstudie die hiermee gepaard gaat. Hieruit blijkt dus dat een mix van bureauonderzoek en veldwerk onderzoek het meest voor de hand liggend is in dit onderzoek.

Nu blijkt welke kwantitatieve richting dit onderzoek op gaat, dient er gekozen te worden voor een passend onderzoeksdesign. De meest voor de hand liggende onderzoeksdesign bij dit onderzoek is het 'survey-onderzoek'. Het surveyonderzoek kenmerkt zich volgens Verschuren en Doorewaard (2016) als een type onderzoek waarbij de onderzoeker een breed beeld probeert te krijgen van een uitgebreid fenomeen; in dit geval de invloed van persoonskenmerken op de bezoekfrequentie, het tijdverblijf en uitgaven in het middelgrote stadcentrum. Het meest kenmerkende aan een survey-onderzoek is dat er veel gegevens met verschillende kenmerken verzameld kunnen worden over een grote onderzoekseenheid. Hierdoor kunnen er generaliseerbare uitspraken worden gedaan over grote groepen mensen, indien de externe validiteit hoog is.

Er zijn meerdere varianten van survey-onderzoek: (1) het cross-sectioneel onderzoek, (2) het panelonderzoek en (3) het tijdreeksonderzoek. In dit onderzoek zal gebruik gemaakt worden van het cross-sectioneel onderzoek. Deze kenmerkt zich aan het feit dat er op één enkel tijdstip materiaal wordt verzameld bij dezelfde groep mensen. Op voorhand is er een gestandaardiseerde vragenlijst

opgesteld die gemakkelijk op meerdere plekken af te nemen is en waarmee snel, veel data kan worden afgenomen. De andere twee vormen van survey-onderzoek vallen af qua tijdgebrek.

Aan het gebruik van cross-sectioneel survey-onderzoek hangen enkele voor- en nadelen. Zoals gesteld leent het survey-onderzoek zich uitstekend voor het afnemen van grotere hoeveelheden data en is daarom erg geschikt voor een onderzoek in de breedte. Dit geeft de mogelijkheid om allerlei statistische samenhangen te analyseren wat de externe validiteit van het onderzoek ten goede komt. Daarnaast is een survey-onderzoek relatief gemakkelijk te reproduceren. Dit maakt dat de controleerbaarheid en betrouwbaarheid van dit type onderzoek hoog is en door anderen opnieuw kan worden uitgevoerd. Een beperking van het survey-onderzoek is de oppervlakkigheid van het te bestuderen onderwerp. Doordat men kiest voor een onderwerp in de breedte, gaat dit ten koste van de diepgang van het onderwerp: dit komt een uitgebreid totaalbeeld van een onderwerp niet ten goede. Daarbovenop komt de ongunstige eigenschap van het cross-sectioneel survey-onderzoek is de meetfrequentie op één moment in de tijd. Dit zorgt ervoor dat het lastiger is oorzaak-gevolg relaties te onderzoeken en komt de interne validiteit niet ten goede.

### 3.2 Onderzoeksmateriaal en dataverzameling

Zoals eerder gesteld wordt er in dit onderzoek gebruik gemaakt van cross-sectioneel survey-onderzoek. De meest voor de hand liggende manier om dit onderzoek uit te voeren is door middel van het afnemen van enquêtes. In de onderstaande paragraaf wordt uitgelegd waarom er voor het afnemen van enquêtes is gekozen en de dataverzameling tot stand is gekomen.

#### 3.2.1 Enquêteren

Voor dit onderzoek is gekozen voor een survey-onderzoek opzet. Het meest bijpassende meetinstrument bij het survey-onderzoek is het afnemen van vooropgestelde enquêtes. Door deze manier van bevragen kan er in korte tijd veel data verkregen worden. De vooropgestelde enquêtes lenen zich goed voor onderzoek in de breedte: door vooraf vragen op te stellen die gerelateerd zijn aan het te onderzoeken fenomeen kan snel data in de breedte verzameld worden. Dit staat echter wel haaks op een ander veelgebruikt onderzoeksmiddel: het interview. Het interview kenmerkt zich vooral voor onderzoek in de diepte en vergt veel tijd en moeite voor de onderzoeker om tot veel data van verschillende respondenten te komen. Om deze reden wordt er daarom voor het afnemen van enquêtes gekozen in dit onderzoek.

Bij het doen van survey-onderzoek is het niet altijd mogelijk om alles en iedereen in je onderzoekspopulatie te bevragen (Vennix, 2016). Daarom wordt er in het survey-onderzoek veelal gebruik gemaakt van steekproeven om zo tot een representatief onderzoek te komen dat uitspraken kan doen over de hele onderzoekspopulatie(s). Het gebruik van steekproeven is onlosmakelijk verbonden met de validiteit en de betrouwbaarheid van het onderzoek. Hoe groter de steekproef, hoe groter de betrouwbaarheid. Om tot uitspraken te komen die voor de hele onderzoekspopulatie representatief zijn, is het noodzakelijk dat er aselecte steekproeven worden gehouden, dit houdt in dat de respondenten met totale willekeur worden gekozen.

#### 3.2.2 Onderzoek ten tijde van Covid-19 restricties

De data die in dit onderzoek wordt gebruikt, is in de voorgaande jaren verzameld in samenwerking met adviesbureau DTNP. Op moment van schrijven is er in de gehele wereld sprake van de corona pandemie, zo ook Nederland heeft hier last van. De overheid heeft restricties opgesteld met betrekking tot het tegengaan van de verspreiding van het virus. Dit leidt ertoe dat de dataverzameling in dit

onderzoek niet kan plaatsvinden, zoals beoogd. Hierop is in overleg met de scriptiebegeleiders en DTNP overeengekomen data te analyseren die in voorgaande jaren is vergaard. Data over het jaar 2021 zal nog wel verzameld worden maar zal niet worden meegenomen in dit onderzoek vanwege het vertekende beeld dat de maatregelen zullen hebben op de data verzameling. Het veldwerk zal dus wel plaatsvinden zoals voorgaande jaren ook het geval is geweest, maar zal dus niet worden meegenomen in dit onderzoek. Er zal dus net als in de voorgaande jaren een enquête worden opgesteld en face-to-face worden verzameld in zes (middel)grote binnensteden.

In dit onderzoek is gekozen voor het afnemen van face-to-face enquêtes in zes verschillende winkelcentra ter uitbreiding van het bestaande databestand van DTNP. Het afnemen van face-to-face enquêtes is dat je proactief mensen in het centrum kunt aanspreken. Op deze manier ontstaat er direct interactie waarop je kunt vragen of mensen mee willen doen aan het onderzoek. Op deze manier moet de non-respons van het onderzoek afnemen.

De opzet van de enquêtes is op voorhand gegeven door adviesbureau DTNP. Er is een gestandaardiseerde vragenlijst die al enkele jaren hetzelfde qua opzet is om de continuïteit en herhaalbaarheid van het onderzoek te garanderen. Er is de mogelijkheid om ten behoeve van je eigen onderzoek extra vragen toe te voegen, maar hier is in dit onderzoek geen gebruik van gemaakt omdat er met data van voorgaande jaren wordt gewerkt. De vragenlijst bestaat uit enkele vaste thema's die het hele begrip van bezoekmotief moeten kunnen ondervangen. Vaste thema's die terug te vinden zijn op de vragenlijst zijn: bezochte winkels, bezoekreden, tijdsverblijf, bezoekfrequentie, vervoermiddel, waardering centrum, uitgaven, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen.

### 3.2.3 Dataverzameling

Voor het afnemen van de enquêtes zijn door DTNP zes steden aangewezen waar data wordt afgenomen. Dit zijn de zes middelgrote centra Doetinchem, Ede, Gorinchem, Hengelo, Waalwijk en Wijchen. De meeste van deze steden zijn nog niet eerder bevraagd en zijn daarom een mooie aanvulling op het databestand. Het afnemen van de enquêtes gebeurt op twee dagen, één doordeweekse dag en één zaterdag: in alle steden wordt dus twee keer geënuquêteerd. De enquêteurs staan op verschillende uitgangen van het stadcentrum en bevragen mensen actief of ze het centrum verlaten. Als blijkt dat dit het geval is wordt er gevraagd om de enquête in te vullen en zodoende de data te vergaren. Na afloop wordt de data in Excel verwerkt.

### 3.3 Betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid van het onderzoek hangt samen met hetgeen je onderzoek dient te meten: zouden je onderzoeksresultaten hetzelfde zijn als je het onderzoek nogmaals uitvoert? De betrouwbaarheid refereert daarmee naar de consistentie van je onderzoek (Vennix, 2016). Een betrouwbaar onderzoek kenmerkt zich door de onafhankelijkheid van de onderzoeker, het gebruikte meetinstrument en het moment waarop het onderzoek heeft plaatsgevonden.

De betrouwbaarheid van een onderzoek is afhankelijk van enkele voorwaarden (Vennix, 2016). De betrouwbaarheid hangt nauw samen met de grootte van het onderzoek, en daarmee de hoeveelheid data die in het onderzoek wordt geanalyseerd. Hoe groter het te analyseren databestand, hoe hoger de betrouwbaarheid van de geformuleerde uitspraken en conclusies in het onderzoek. In dit onderzoek is een groot, al bestaand databestand geanalyseerd met data verzameld over meerdere jaren. De analyse vindt plaats over grofweg 3900 respondenten en voldoet daarmee aan de voorwaarde voor een representatieve steekproef en daarmee betrouwbare uitspraken over de steekproefpopulatie.

Daarnaast is de dataverzameling van invloed op de betrouwbaarheid in dit onderzoek. De onderzoeker moet goed nadenken over de tijd en setting van het afnemen van enquêtes: een verkeerd gepositioneerde enquêteur kan zorgen voor een lage respons en daarnaast kan het op sommige momenten drukker en rustiger zijn in het af te nemen enquête gebied (Vennix, 2016). Teller en Reutterer (2009) stelden in hun paper al dat er verschillende toegangswegen naar het centrum leiden die allen van invloed zijn op de winkel- en vervoersmotieven van bezoekers. Het is daarom belangrijk op verschillende momenten op meerdere plekken in dezelfde stad vragenlijsten af te nemen om de data zo representatief en zo betrouwbaar mogelijk te verkrijgen en zo toevallige meetfouten in het onderzoek te voorkomen. Daarnaast spelen externe factoren als weersomstandigheden een rol bij de dataverzameling, deze kunnen een positieve of negatieve invloed hebben op de afnames van vragenlijsten. Voor dit onderzoek is data gebruikt die in voorgaande jaren is verzameld, vanwege de coronarestricties in binnensteden ten tijde van dataverzameling. De data in het gebruikte databestand is afgenomen op twee verschillende dagen en afgenomen op verschillende plekken in steden, en wordt daarmee geacht te voldoen aan de voorwaarden voor betrouwbare resultaten. De data-afname over het jaar 2021, waar in dit onderzoek niet mee wordt gewerkt, maar die dient als aanvulling van het huidige databestand, is op dezelfde wijze afgenomen als voorgaande jaren en dient daarmee betrouwbare aanvulling op het huidige databestand. De combinatie van het geanalyseerde databestand, steekproefgrootte en variëteit in afgenomen vragenlijsten, zorgt in de ogen van de onderzoeker voor solide basis om betrouwbare uitspraken te doen.

### 3.4 Validiteit

De validiteit van het onderzoek hangt nauw samen met de betrouwbaarheid van het onderzoek. Waar de focus bij de betrouwbaarheid van het onderzoek gaat om de onafhankelijkheid en reproductie van de onderzoekresultaten, zo gaat het bij de validiteit om de correctheid van het meetinstrument (Vennix, 2016). De validiteit beoordeelt het meetinstrument: de validiteit beoordeelt of het opgestelde meetinstrument in het onderzoek correct meet wat de onderzoeker beoogd te meten en dus of er geldende uitspraken over de werkelijkheid gedaan kunnen worden. De validiteit is uit te splitsen in vier soorten; de inhoudsvaliditeit, begripsvaliditeit en de interne- en externe validiteit. Alle focussen zij zich op een ander thema van validiteit.

De inhoudsvaliditeit kenmerkt zich door te bepalen of er empirisch echt gemeten wordt wat er in de theorie naar voren komt, dus of er daadwerkelijk gemeten wordt wat de theorie veronderstelt. Inhoudsvaliditeit houdt zich dus bezig met de correctheid van het meetinstrument: de survey-vragen die in dit onderzoek zijn opgenomen dienen de volledig inhoud van het te onderzoeken fenomeen dekken (Vennix, 2016). Indien dit het geval is kan gesproken worden over een dekkende mate van inhoudsvaliditeit. Om tot een goed meetinstrument te komen, dient van te voren een uitgebreide literatuurstudie te worden verricht die uitmondt in een operationalisatie van de te onderzoeken fenomenen, waarna uiteindelijk een vragenlijst opgesteld kan worden die de theorie toetst aan de empirie.

De begripsvaliditeit heeft betrekking op te meten theoretisch begrip en dient te verklaren in hoeverre het uiteindelijk gemeten begrip overeenkomt met de theoretische basis van het te meten begrip (Vennix, 2016). De begripsvaliditeit wordt daarom ook wel constructvaliditeit genoemd en is pas te bepalen na het uitvoeren van de analyses.

Daarnaast is validiteit te onderscheiden in interne- en externe validiteit. De interne validiteit verklaart in hoeverre de bevindingen en conclusies die uit het onderzoek voortvloeien inhoudelijk goed gemeten

zijn (Vennix, 2016). Immers, bevindingen en conclusies in het onderzoek dienen te streven naar algemene uitspraken, maar moeten ook intern geldig zijn (Verschuren & Doorewaard). Het is daarom belangrijk van te voren het onderzoeksdomein goed af te bakenen door een grondige literatuurstudie uit te voeren die uitmondt in een onderzoeksopzet. Het gaat er bij de interne validiteit om dat er een transparante vorm van onderzoekskeuzes is gemaakt en of deze logisch zijn beargumenteerd. De interne validiteit spiegelt uiteindelijk af in hoeverre de gemeten onderzoeksresultaten geldig zijn en probeert zo foute conclusies te vermijden. In dit onderzoek is door een uitgebreide literatuurstudie in kaart gebracht welke persoonskenmerken van invloed zouden kunnen zijn op de afhankelijke variabelen. De onderzoekskeuzes zoals het operationaliseren van begrippen, het afbakenen van de data en het opstellen van het meetinstrument moeten hebben geleid tot een voldoende mate van interne validiteit. Een kanttekening is op te merken bij het afnemen van de vragenlijsten: door het afnemen van persoonlijke, face-to-face enquêtes in de openbare ruimte, kunnen respondenten soms sociaal wenselijke antwoorden hebben gegeven die ze in een anonieme vorm (door het zelf invullen van enquêtes) anders misschien niet zouden hebben gegeven. Dit heeft invloed op de interne validiteit.

De externe validiteit poogt daarentegen weer te geven in hoeverre de resultaten, uitspraken en conclusies van het onderzoek generaliseerbaar zijn op de empirie (Verschuren & Doorewaard). Hiermee wordt bekeken in hoeverre de resultaten uit het onderzoek toepasbaar zijn in andere omstandigheden en op andere populaties. In dit onderzoek wordt gewerkt met de volledige data bestanden over het jaar 2017 en 2018. Naast het filteren van missing values worden de analyses dus uitgevoerd over de gehele populatie. Dit moet ervoor zorgen dat de uitspraken zo inclusief mogelijk gelden voor de onderzoekspopulatie: de bezoekers van het middelgrote stadcentrum. Daarom wordt verwacht dat de uitspraken en conclusies in dit onderzoek met enige zekerheid te generaliseren zijn op de onderzoekspopulatie.

### 3.5 Data-analyse

De verzamelde data voor dit onderzoek zal worden geanalyseerd met behulp van statistisch analyseprogramma SPSS. De statistische analyses dienen te helpen bij het beantwoorden van de deelvragen die uitmondt in het beantwoorden van de hoofdvraag welke, en in hoeverre persoonskenmerken bijdragen aan de bezoekfrequentie, het tijdverblijf en uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra. Voordat met de data gewerkt zal worden, wordt de data gecleand en gefilterd zodat de data waarmee wordt gewerkt bruikbaar is voor analyse. Om te bepalen of er sprake is van causale verbanden wordt er toetsende statistiek op de data losgelaten (de Vocht, 2019). Voordat dit wordt gedaan zal de data eerst met beschrijvende statistiek worden weergegeven. Doel van de beschrijvende statistiek is het inzicht geven in de verkregen data en de verhoudingen tussen verschillende categorieën data laten zien. Daarnaast wordt bekeken of de data normaal verdeeld is. De beschrijvende statistiek dient de onderzoeksgegevens overzichtelijk te ordenen en te presenteren in frequentietabellen, kruistabellen en grafieken (de Vocht, 2019). Vaak worden de karakteristieke maten weergegeven in centrummaten, spreidingsmaten en verdelingsmaten. De centrale tendentie tracht het middelpunt van de data te weergeven, dit kan op drie manieren weergegeven worden: het gemiddelde, de modus en de mediaan (Vennix, 2016). Rondom de centrale tendentie bevindt zich de spreiding. De mate van spreiding kan wederom op meerdere manieren weergegeven worden en probeert te laten zien hoe de verdeling van data verspreid is rondom de centrale tendentie. Hoe breder de data, hoe hoger de spreiding. Wanneer inzicht is verkregen in de data door middel van de beschrijvende statistiek zullen de causale verbanden tussen de variabelen worden onderzocht met behulp van toetsende statistiek.

## Hoofdstuk 4. Resultaten

In dit hoofdstuk staat de analyse van de data centraal. De analyse moet uiteindelijk antwoord geven op de hoofdvraag die in dit onderzoek centraal staat: Welke invloed hebben de persoonskenmerken van bezoekers in middelgrote stadcentra op de bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven? Voordat er toetsende statistiek zal worden uitgevoerd, zullen er eerst beschrijvende analyses gedraaid worden om te bepalen hoe de dataset is verdeeld. Beschrijvende statistiek moet uitwijzen hoe de persoonskenmerken leeftijd, geslacht, inkomen en opleidingsniveau verdeeld zijn onder de respondenten. Vervolgens zal worden bekeken hoe de afhankelijke variabelen bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven verdeeld zijn. Na het uitvoeren van de beschrijvende statistiek zal de toetsende statistiek uitgevoerd worden. Hieruit moet blijken of er verbanden worden aangetroffen tussen de persoonskenmerken van respondenten en hun bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven. Voor de toetsende statistiek zullen hoofdzakelijk drie multipale regressieanalyses gedraaid worden waarna deze vervolgens worden geïnterpreteerd.

### 4.1 Databestand

Het databestand waarmee wordt gewerkt bevat 11.395 enquêtes die zijn afgenomen in de tijdsperiode 2014-2018. Omdat het databestand erg omvangrijk is, zal er binnen het databestand op een aantal criteria worden gefilterd om kleiner en specifieker aantal cases te selecteren. Om uitspraken te doen die de meeste betrekking hebben op de huidige tijdsperiode zullen eerst de cases uit de meest recente jaren 2017 en 2018 gefilterd worden. Op deze manier is de te analyseren data behapbaar en kunnen er na analyse uitspraken gedaan worden die betrekking hebben op de meest recente data, zodat deze representatief is voor de huidige tijdgeest. Om met het databestand goede analyses te kunnen uitvoeren, worden eerst de outliers in het databestand gefilterd. Hetzelfde zal worden gedaan met de missing values. De variabelen die met outliers en missing values worden gefilterd betreffen opleidingsniveau, inkomen, geslacht, leeftijd, bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven. De outliers worden gefilterd op basis van het standaardiseren van de variabelen: door standaardisering kunnen diverse verdelingen vergeleken worden (de Vocht, 2019). Outliers worden bepaald aan de hand van een Z-score. Outliers kunnen herkend worden door een Z-score van boven de 3 of onder de -3, vuistregel hierbij is dat 99,7% van de data binnen 3 standaarddeviaties van het gemiddelde ligt (Field, 2017). In dit onderzoek is gekozen om met een Z-score van 3 en -3 te werken en zo de outliers buiten deze standaarddeviaties van het gemiddelde te verwijderen. Vervolgens zal voor elke variabele waarmee wordt gewerkt in dit onderzoek Z-scores worden berekend waarna vervolgens wordt gekeken of deze groter dan 3 of kleiner zijn dan -3. Alle data binnen de 3 en -3 zullen worden meegenomen in het te analyseren databestand, alle data buiten deze waarden zullen worden weg gefilterd. Tot slot zullen de missing values ook uit het bestand worden gefilterd. Na het filteren van de outliers en missing values blijft er een dataset over van 3897 cases die geanalyseerd zullen worden.

### 4.2 Descriptieve analyse

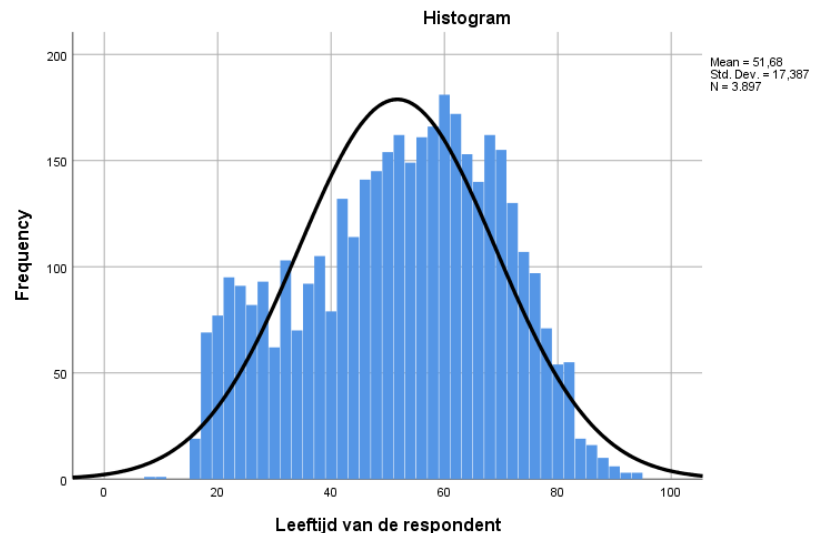
In deze paragraaf staat de descriptieve analyse centraal. De onafhankelijke en afhankelijke variabelen zullen één voor één geanalyseerd worden om zo tot een volledig beeld te komen van de verdeling in de dataset. Ten eerste zullen de persoonskenmerken leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en inkomen worden geanalyseerd waarna vervolgens wordt gekeken hoe de afhankelijke variabelen bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven zijn verdeeld. Tot slot wordt er in een overzichtelijke tabel weergegeven wat de bijbehorende centrale tendenties en spreidingen van alle variabelen in dit onderzoek zijn.

#### 4.2.1 Leeftijd

De leeftijd in de gebruikte dataset varieert tussen de 8 en 93 jaar. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 52 jaar met een standaarddeviatie van 17,4. De standaarddeviatie is relatief hoog, wat betekent dat de spreiding in leeftijd in het databestand relatief groot is. Hieronder is een histogram verdeling gegeven van de variabele leeftijd (figuur 1). Hierop is te zien dat de variabele leeftijd relatief normaal verdeeld maar wel linksscheef is. Dit komt omdat de mediaan van 53 groter is dan het gemiddelde, van 51,7 (Field, 2017). De leeftijd die het vaakst voorkwam onder de respondenten was een leeftijd van 57 jaar.

| Statistics                 |         |        |
|----------------------------|---------|--------|
| Leeftijd van de respondent |         |        |
| N                          | Valid   | 3897   |
|                            | Missing | 0      |
| Mean                       |         | 51,68  |
| Median                     |         | 53,00  |
| Mode                       |         | 57     |
| Std. Deviation             |         | 17,387 |
| Minimum                    |         | 8      |
| Maximum                    |         | 93     |

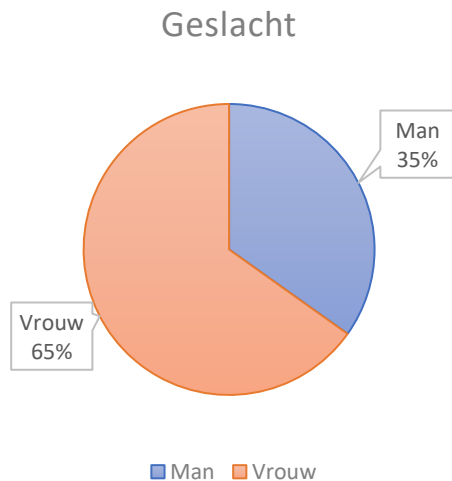
Tabel 1. Statistiek leeftijd respondenten



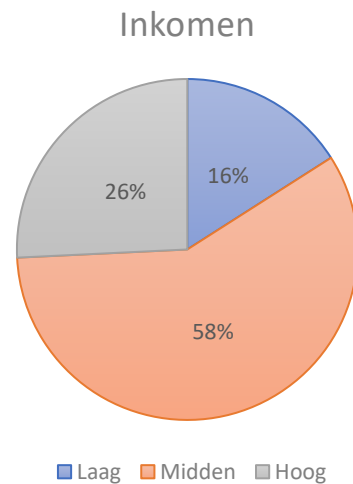
Figuur 2. Histogram verdeling leeftijd.

#### 4.2.2 Geslacht

Het geslacht van de respondenten in de dataset is ongelijk verdeeld. Het aantal vrouwen is oververtegenwoordigd ten opzichte van het aantal mannen, namelijk 2.539 vrouwen tegenover 1.358 mannen. In percentages uitgedrukt leidt dit tot een verdeling van 65,2% vrouwen ten opzichte van 34,8% mannen, zie hiervoor figuur 2. De verdeling van geslacht in de dataset kent een groot verschil ten opzichte van de landelijke verdeling van het geslacht. Het CBS (2020) stelt dat Nederland op 1 januari 2020 een bevolking had van 17.407.585 mensen bestaande uit 49,68% mannen en 50,32% vrouwen. Zoals gezien uit deze cijfers is de landelijke trend dus dat de man-vrouw verdeling nagenoeg gelijk verdeeld is. De verdeling geslacht in de dataset wijkt hier behoorlijk van af. Hier is echter geen verklaring voor te geven en vermoedelijk gaat het om willekeurig afgenomen data. Onderstaande figuur toont een taartdiagram van de verdeling geslacht in de dataset.



Figuur 3. Verdeling geslacht.



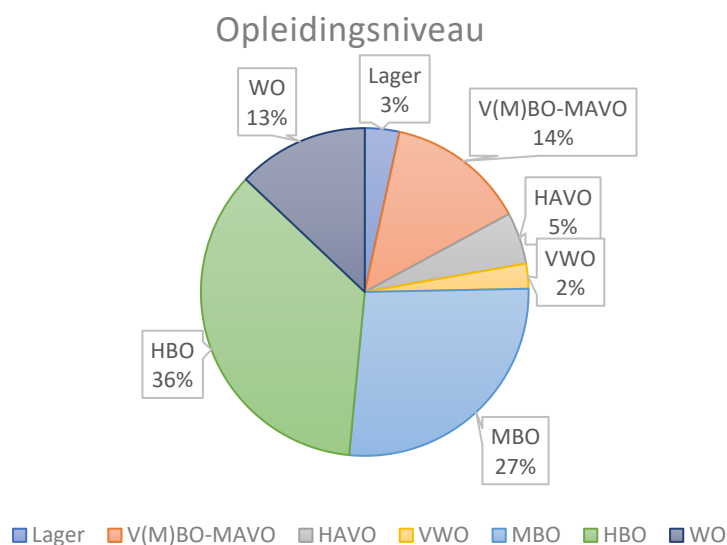
Figuur 4. Verdeling inkomen.

#### 4.2.3 Inkomen

Het variabele inkomen is in de vragenlijst in drie categorieën ingedeeld: laag (<1.700 euro), midden (1.700-4.000 euro) en hoger (>4.000 euro). De variabele is dus een ordinale variabele. Hiervoor is gekozen vanwege de gevoeligheid van het onderwerp. Mensen zijn vaak terughoudend in het geven van hun absolute netto-inkomen, om deze stap kleiner te maken is er voor drie categorieën gekozen. De verdeling van inkomen is ongelijk. De groep met middeninkomens is het grootst met 58,3% van het totaal gevolgd door de hoge inkomens met 25,8% van het totaal en tot slot hebben de lage inkomens een aandeel van 16,0%. Bovenstaande taartdiagram (figuur 3) laat de verdeling percentueel zien.

#### 4.2.4 Opleidingsniveau

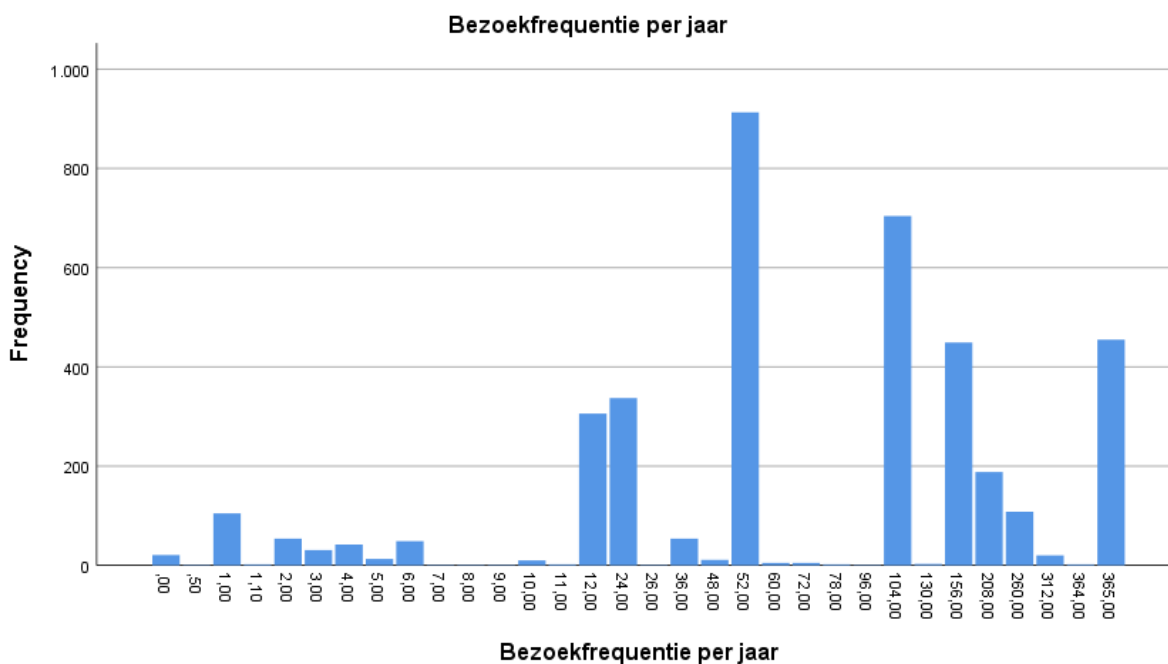
Het opleidingsniveau in de enquêtes is opgedeeld in 7 categorieën: WO, HBO, MBO, VWO, HAVO, V(M)BO-MAVO en Lager. De modus, de groep die het grootste aandeel heeft in de dataset, is de groep HBO met een aandeel van 35,5% kort gevolgd door de groep MBO, dat een aandeel heeft van 26,8% (figuur 5). De groep VWO komt het minst in de dataset voor met slechts een aandeel van 2,5%. Onderstaand is de verdeling van de variabele opleidingsniveau weergegeven in een taartdiagram.



Figuur 5. Verdeling opleidingsniveau.

#### 4.2.6 Bezoekfrequentie

In de afgenomen vragenlijsten kwam ook de vraag aan bod hoe vaak men het centrum bezocht per dag/week/jaar. De antwoorden zijn in het databestand verwerkt als hoe vaak men het centrum per jaar bezocht. De gegevens laten zien dat de gemiddelde respondent 115 keer per jaar in het centrum te vinden is. De gemiddelde respondent is dus ongeveer 2 keer per week in het centrum te vinden. De meeste respondenten zijn echter eens per week in het centrum te vinden, dit laat de modus van 52 keer per jaar zien. Opvallend is wel dat de kruistabel laat zien dat mannen gemiddeld vaker (117x per jaar) in het centrum te vinden zijn dan vrouwen (113x per jaar), zie tabel 1 in bijlage B. Over het algemeen geldt dat de meeste mannen 'shoppen' of 'winkelen' vaak niet leuk vinden, maar uit de cijfers blijkt dat ze toch vaker in het centrum te vinden zijn. Daarnaast is een groot verschil op te merken in hoe vaak respondenten in het centrum te vinden zijn. Het minimumaantal is namelijk eens per jaar tegenover het maximum van 1 keer per dag, en dus 365 dagen in het jaar. Dit grote verschil is terug te vinden in de standaarddeviatie, die met een getal van 111,39 erg groot is. Tot slot is op te merken dat de mensen met lage inkomens gemiddeld het vaakst in de stad te vinden zijn, met een gemiddelde van 144 keer per jaar (bijlage B, tabel 2). Onderstaand staafdiagram in figuur 6 geeft de verdeling van de bezoekfrequentie onder respondenten weer. Hieruit blijkt dat de verdeling niet normaal verdeeld is.

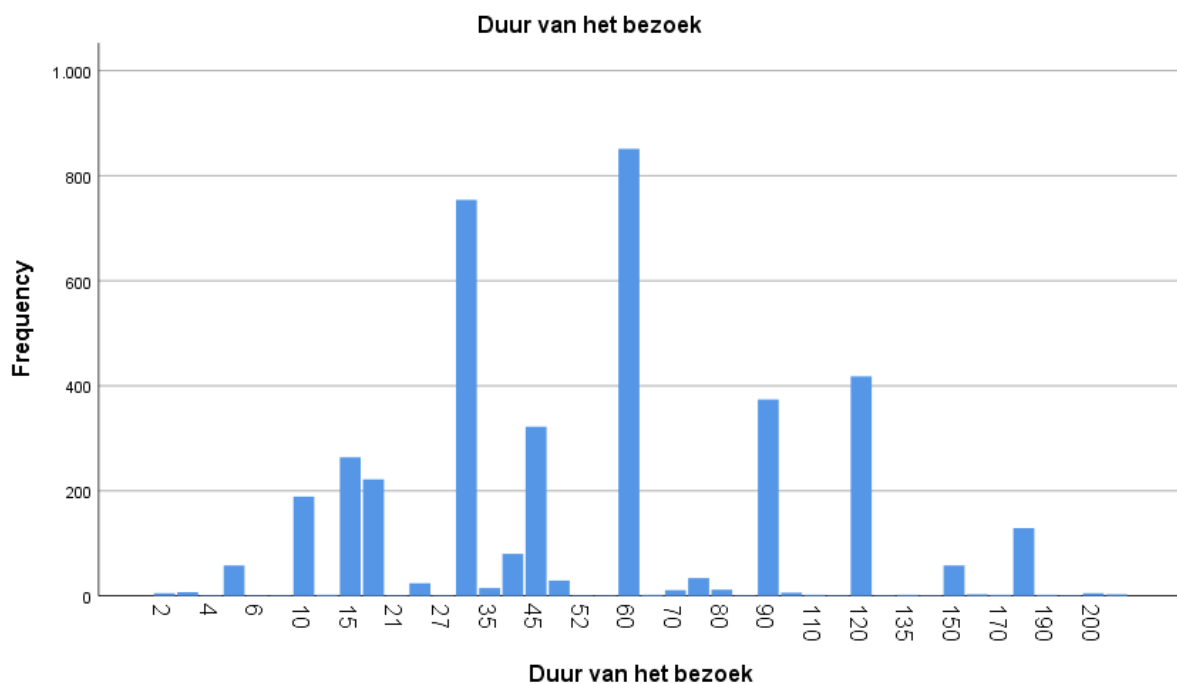


Figuur 6. Staafdiagram verdeling bezoekfrequentie.

#### 4.2.7 Tijdverblijf

De tweede afhankelijke variabele die in dit onderzoek centraal staat is die van tijdverblijf in het centrum. De variabele is in de vragenlijst gemeten in minuten. Het blijkt dat de respondenten gemiddeld 59 minuten in het centrum spenderen. Er zijn echter grote verschillen zichtbaar in de tijd die men in het centrum spendeert. Dit is terug te zien in het minimumaantal gespendeerde minuten van 2, en het maximumaantal gespendeerde minuten 210. Dit grote verschil is terug te zien in de standaarddeviatie van 42. Daarnaast zijn verschillen zichtbaar tussen mannen en vrouwen: mannen

spenderen gemiddeld minder tijd in het centrum dan vrouwen, gemiddeld 56 minuten tegenover 61 minuten (bijlage B, tabel 3). Uit de modus blijkt dat het gros van de respondenten precies één uur in het centrum spendeert. De mediaan van 50 geeft weer dat ten minste de helft van de bezoekers 50 minuten of korter in het centrum spendeert. Tot slot blijkt uit de kruistabel dat respondenten uit de midden- en hoge inkomensgroepen gemiddeld even lang in het centrum spenderen (59 minuten) en dat respondenten met een laag inkomen minder lang in het centrum spenderen: gemiddeld 56 minuten (bijlage B, tabel 4). Dit verschil kan wellicht verklaart worden uit het feit dat de lage inkomensgroepen een hogere bezoekfrequentie hebben dan midden- hoge inkomensgroepen en zo het tijdsverblijf in het centrum gecompenseerd wordt. Onderstaand staafdiagram (figuur 7) geeft de verdeling van tijdsverblijf onder respondenten weer. Hieruit blijkt dat deze niet normaal verdeeld is.



Figuur 7. Staafdiagram verdeling tijdsverblijf.

#### 4.2.8 Uitgaven

Tot slot wordt de descriptieve analyse voor de derde afhankelijke variabele gegeven, de verdeling in uitgaven. De gemiddelde respondent geeft 37 euro in totaal uit in het centrum. Dit varieert van bestedingen in winkels, horeca, diensten, voorzieningen en de markt. Opvallend is echter dat de grootste groep respondenten aangeeft bij het verlaten van het centrum geen geld te hebben uitgegeven, dit geeft de modus van 0 weer. Dit kan wellicht verklaard worden vanuit de beweegredenen om naar het centrum te trekken: vaak om recreatief te winkelen of te verblijven en daarbij geen geld te hebben uitgegeven. De mediaan van 25 stelt echter dat de helft van de respondenten ten minste 25 euro of meer uitgeeft bij een bezoek aan het centrum, dit staat dan weer haaks op de eerdergenoemde modus van 0. Onder de respondenten zijn tevens grote verschillen op te merken. Dit is zichtbaar in de spreiding van de minimum en maximum uitgaves onder respondenten, die varieert tussen de 0 en 225 euro<sup>1</sup>. De grote verschillen in de dataset zijn terug te zien in de in de

<sup>1</sup> Het is hierbij op te merken dat door de data cleaning enkele extreme waardes zijn weggefallen. Zoals gezegd wordt er gewerkt met Z-scores van -3 en 3 waarbij 99,7% van de waarnemingen binnen deze scores vallen. Enkele geldige extreme waardes van 225 euro of meer zijn hierbij gefilterd en dus niet opgenomen in de

spreidingsmaat: de standaarddeviatie van de variabele uitgaven is 38. Daarnaast zijn er verschillen merkbaar tussen mannen en vrouwen. Zo geven vrouwen gemiddeld met 39 euro per bezoek aan het centrum meer uit dan mannen, die respectievelijk gemiddeld 34 euro uitgeven (bijlage B, tabel 5). Tevens is er een groot verschil op te merken in verschil in uitgaven met betrekking tot het hoogst genoten opleidingsniveau van de respondent. De gemiddelde uitgaven lagen rond de 37 euro. De respondenten met een opleidingsniveau van 'Lager' geven echter per bezoek gemiddeld slechts 22 euro uit, zoals te zien is in bijlage B, tabel 6. Tot slot is er een verschil zichtbaar in de uitgaven van verschillende inkomensgroepen. Het grootste verschil is zichtbaar in de inkomensgroep laag, die gemiddeld 25 euro uitgeeft: 12 euro minder dan het populatie gemiddelde (bijlage B, tabel 7). In de toetsende statistiek wordt getest of, en in hoeverre de persoonskenmerken invloed hebben op de uitgaven en welke conclusies hieruit voortvloeien. Onderstaand geeft tabel 2 de beschrijvende statistiek van de variabele uitgaven weer.

| Statistics                                                       |         |          |
|------------------------------------------------------------------|---------|----------|
| Bestedingen in euro's in bezochte verkooppunten en voorzieningen |         |          |
| N                                                                | Valid   | 3897     |
|                                                                  | Missing | 0        |
| Mean                                                             |         | 37,2836  |
| Median                                                           |         | 25,0000  |
| Mode                                                             |         | ,00      |
| Std. Deviation                                                   |         | 37,73693 |
| Minimum                                                          |         | ,00      |
| Maximum                                                          |         | 225,00   |

Tabel 2. Statistiek uitgaven respondenten.

#### 4.2.9 Bezoekmotief centrumbezoek

Naast het verkennen van de onafhankelijke- en afhankelijke variabelen is het tevens interessant om te kijken met welk bezoekmotief de respondenten in deze dataset naar het middelgrote centrum trekken. Zoals eerder gezien in het theoretisch hoofdstuk vindt er momenteel een verschuiving plaats van hoe men de middelgrote stad waardeert voor een bezoek: waar de grote steden steeds meer mensen trekken en blijven trekken met het bezoekmotief voor een 'dagje uit', zal het middelgrote centrum steeds meer een lokale centrumfunctie toebedeeld krijgen met mensen die doelgerichte aankopen of boodschappen zullen doen. Onderstaand bevestigt tabel 3 grotendeels dit geschetste beeld. Meer dan 71% van de bezoekers in de middelgrote stad geeft aan naar het centrum te trekken voor ofwel een doelgerichte aankoop, of om boodschappen te doen. Het overige percentage mensen geeft aan wel recreatief in het centrum te verblijven of te winkelen. Deze cijfers

---

analyse omdat de analyses anders een vertekend beeld krijgen. Het betreft hier slechts een tiental geldige extreme waardes.

laten zien dat ze in overeenstemming zijn met de in het theoretisch hoofdstuk benoemde afname van recreatief winkelen in middelgrote stadcentra.

| Bezoekmotief van de respondent |                       |           |         |               |                    |
|--------------------------------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                                |                       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid                          | Boodschappen          | 1188      | 30,5    | 30,7          | 30,7               |
|                                | Doelgerichte aankoop  | 1573      | 40,4    | 40,6          | 71,3               |
|                                | Recreatief winkelen   | 617       | 15,8    | 15,9          | 87,2               |
|                                | Recreatief verblijven | 496       | 12,7    | 12,8          | 100,0              |
|                                | Total                 | 3874      | 99,4    | 100,0         |                    |
| Missing                        | System                | 23        | ,6      |               |                    |
| Total                          |                       | 3897      | 100,0   |               |                    |

Tabel 3. Statistiek bezoekmotief respondenten.

### 4.3 Toetsende analyse

Nu de beschrijvende analyse is voltooid en alle variabelen verkend zijn, is het tijd voor de toetsende statistiek. Deze zal hoofdzakelijk plaatsvinden door het gebruik van multiële regressieanalyse via de stapsgewijze methode. Er is in dit onderzoek gekozen om vooraf *geen* aparte toetsen te laten plaatsvinden die bepalen of de onafhankelijke variabelen een significante invloed hebben op de afhankelijke variabelen en dus of de significante variabelen meegenomen mogen worden in het regressiemodel. Hiervoor is gekozen vanwege de omvangrijkheid van het onderzoek die alle verschillende toetsen met zich meebrengen. Als alle vier de onafhankelijke variabelen stuk voor stuk worden getoetst op significantie met de drie afhankelijke variabelen, dan zou dat betekenen dat er 12 (4x3) aparte toetsen op significantie plaatsvinden alvorens er begonnen kan worden met de multiële regressieanalyse. Om het overzicht te bewaren en de omvangrijkheid van het onderzoek te beperken wordt ervoor gekozen de significantie van de onafhankelijke variabelen op de afhankelijke variabelen af te lezen uit de verschillende multiële regressiemodellen die gedraaid zullen worden. Het voordeel van de stapsgewijze methode ten opzichte van de standaard methode, is dat de stapsgewijze methode per keer (en dus stapsgewijs) een onafhankelijke variabele die significant bijdraagt aan de afhankelijke variabele aan het model toevoegt. Zo worden er dus meerdere multiële regressieanalyses gedraaid per afhankelijke variabele maar zullen alleen de onafhankelijke variabelen die significant zijn worden opgenomen in het model (de Vocht, 2019). Op deze manier kan eenvoudig afgelezen worden welke factoren bijdragen aan het verklaren van de afhankelijke variabelen. De toets op significantie tussen de onafhankelijke- en de afhankelijke variabele vervalt dus niet, maar wordt vervangen door de significantietoets in de multiële regressieanalyse.

Zoals eerder gesteld in hoofdstuk 3 is de data waarmee wordt gewerkt, gefilterd op drie standaarddeviaties van het gemiddelde. Alle data boven de drie standaarddeviaties zijn dus niet in de regressieanalyses meegenomen. Dit heeft als gevolg dat enkele extreme waardes niet in de regressieanalyses worden meegenomen. Deze keuze is bewust gemaakt om te voorkomen dat de extreme waardes de regressieanalyses een vertekend beeld zouden geven. Door het filteren zullen de uitkomsten van de regressieanalyses een meer valide uitkomst geven van de werkelijkheid. Immers, 99,7% van de data ligt binnen drie standaarddeviaties van het gemiddelde.

#### 4.3.1 Testen assumpties variabelen

Het gebruik van de multiële regressieanalyse brengt enkele voorwaarden met zich mee alvorens de interpretatie van de regressieanalyse plaatsvindt. Dit zijn de vooronderstellingen voor multiële regressie. De data die in de analyse wordt gebruikt moet aan deze vooronderstellingen voldoen om de multiële regressieanalyse uit te kunnen voeren. De vooronderstellingen die horen bij multiële regressie volgens De Vocht (2019) zijn de volgende:

- Alle variabelen hebben een interval- of ratioschaal. Als onafhankelijke variabelen mogen ook categorische variabelen (dummy's) worden gebruikt.
- Het verband tussen de afhankelijke variabele en iedere onafhankelijke variabele moet theoretisch causaal zijn.
- In het model moet sprake zijn van lineariteit.
- Er mag geen sprake zijn van multicollineariteit. Dit betekent dat er geen onafhankelijke variabelen in het model opgenomen mogen worden die (ongeveer) hetzelfde meten.
- Er moet sprake zijn van een normale verdeling van de afhankelijke variabelen voor alle waarden van de onafhankelijke variabelen X. Dit betekent dat alle drie de afhankelijke variabelen normaal verdeeld moeten zijn. Dit wordt ook wel een test op homoscedasticiteit genoemd.

Om de multiële regressieanalyse uit te voeren, moeten de variabelen die worden meegenomen in de analyse voldoen aan de bovenstaande eisen. Om te bepalen of de variabelen aan de eisen voor multiële regressieanalyse voldoen zal er stap voor stap bekeken worden of hieraan wordt voldaan. Door de aanwezigheid van drie aparte afhankelijke variabelen, zal er voor de drie aparte afhankelijke variabelen een eigen analyse gedaan worden voor de laatste drie vooronderstellingen. Deze zullen worden besproken na het testen op de eerste twee assumpties.

Als we de onafhankelijke variabelen gaan toetsen aan de vooronderstellingen voor multiële regressieanalyse, dan zien we dat drie van de vier onafhankelijke variabelen van nominaal of ordinaal meetniveau zijn. Het betreft hier de variabelen opleidingsniveau, inkomen en geslacht. Voor deze drie factoren zullen dummy variabelen aan het model worden toegevoegd. Bij de variabele opleidingsniveau zal 'HBO' als referentiecategorie dienen, bij de variabele inkomen zal 'midden' als referentiecategorie dienen en bij geslacht zal 'vrouw' als referentiecategorie dienen. De referentiecategorieën zullen niet in het regressiemodel worden meegenomen, maar dienen als interpretatiepunt voor de dummy's die wel in het model worden meegenomen. De tweede vooronderstelling stelt dat de variabelen een causaal theoretische grondlegging hebben. Zoals in het theoretisch kader gezien, is er al relatief veel geschreven over de motieven die bezoekers naar het centrum trekt. De verwachting is dat persoonskenmerken hieraan een bijdrage leveren. Verondersteld wordt dus dat de persoonskenmerken bijdragen aan de bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven. Daarmee voldoen de onafhankelijke variabelen dus ook aan de tweede vooronderstelling.

Vervolgens zullen de afhankelijke variabelen bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven worden getest aan assumpties drie tot en met vijf. Te beginnen bij de variabelen bezoekfrequentie. Bij het toetsen van de variabele op de normale verdeling blijkt al direct dat de variabele niet normaal verdeeld is, zoals is te zien in figuur 1 van bijlage C. Uit de Shapiro-Wilk toets in de Test of normality blijkt dat de nulhypothese, er is sprake van een normale verdeling, wordt verworpen (Field, 2018). Dit schenden van de assumptie leidt ertoe dat de afhankelijke variabele bezoekfrequentie moet worden getransformeerd naar een logaritme. Na het transformeren blijkt dat de logaritme van de afhankelijke

variabele bezoekfrequentie nagenoeg normaal verdeeld is en dus aan de assumptie van normale verdeling voldoet, zo is te zien in figuur 3 van bijlage C. Vervolgens wordt er getest op de assumptie van multicollineariteit. Deze assumptie kan door middel van twee verschillende toetsen gecheckt worden, namelijk door de bivariate correlatiecoëfficiënten (Pearson correlatiecoëfficiënten) en de Variance Inflation Factor (VIF). Uit de literatuur in Field (2018) komt naar voren dat de grenswaardes voor multicollineariteit voor de twee toetsen beiden verschillend zijn. Wanneer er wordt gekeken naar de Pearson correlatiecoëfficiënten dan duiden  $r$  waardes gelijk aan 0,9 en hoger op een probleem met de multicollineariteit (Field, 2018). De grenswaardes bij een VIF-test zijn anders verdeeld. Bij een VIF-test duidt een waarde groter dan 10 op een multicollineariteits probleem. Field (2018) stelt verder dat VIF-waardes boven de 1 mogelijk invloed hebben op de regressieanalyse, maar dat VIF-waardes van 5 of hoger pas echt significant de analyse beïnvloeden. Wat betreft onze afhankelijke variabele bezoekfrequentie blijkt uit de Pearson correlatiecoëfficiënten dat er geen  $r$  waardes hoger zijn dan 0,9 en dat er dus geen sprake is van multicollineariteit (tabel 1, bijlage C). De VIF-test in tabel 2 van bijlage C bevestigt dit beeld met een hoogste VIF-waarde van 1,356, wat er op duidt dat er geen sprake is van multicollineariteit. Tot slot blijkt dat het model nagenoeg lineair is, hierdoor wordt ook aan de laatste assumptie voldaan.

De tweede afhankelijke variabele die aan de assumpties wordt getoetst is de variabele tijdverblijf. Uit het testen op de assumpties blijkt dat tevens de variabele tijdverblijf in eerste instantie niet normaal verdeeld is. Hierop wordt de variabele wederom logaritmisch getransformeerd waarna vervolgens uit analyse aangenomen kan worden dat de variabele normaal verdeeld is. Vervolgens wordt er weer getoetst of er sprake is van multicollineariteit tussen de onafhankelijke variabelen in het model. Uit de Pearson correlatiecoëfficiënt blijkt dat er geen variabelen zijn die de  $r$  waarde van 0,9 overschrijden. Dit beeld wordt bevestigd door de VIF-test. Geen enkele waarde komt boven de 5, waardoor er geen sprake is van multicollineariteit. Tot slot blijkt uit de gestandaardiseerde residuele grafiek dat de waardes lineair zijn en dat ook aan de laatste vooronderstelling van lineariteit wordt voldaan. De toetsen op assumpties zijn terug te vinden in bijlage C, figuren 5 en 6 en tabellen 3 en 4.

Tot slot wordt de derde afhankelijke variabele uitgaven getoetst aan de vooronderstellingen voor multiële regressieanalyse. Hieruit blijkt wederom dat de variabele niet normaal verdeeld is en niet aan de veronderstelling van lineariteit voldoet. Hierop wordt de variabele getransformeerd naar een logaritme, waaruit na transformatie blijkt dat er wel aan de vooronderstellingen van normale verdeling en lineariteit wordt voldaan, zoals te zien is in figuur 7 en 8, bijlage C. Tevens blijkt uit de Pearson correlatiecoëfficiënt dat er geen sprake is van multicollineariteit, er zijn geen waardes die een  $r$  waarde van 0,9 overschrijden (tabel 5, bijlage C). De VIF-test in tabel 6, bijlage C bevestigt dit beeld met een hoogste VIF-score van 1,350. Hiermee voldoet de variabele uitgaven aan alle assumpties voor multiële regressieanalyse. Het transformeren van de afhankelijke variabelen in logaritmen betekent wel dat er een kanttekening gemaakt moet worden voor de interpretatie van de resultaten. Door het transformeren naar logaritmen veranderen de uitkomsten van de multiële regressieanalyse. Normaliter geeft de Bèta regressiecoëfficiënt in de regressieanalyse de absolute toe- of afname van een factor weer op de afhankelijke variabele als factor ( $X$ ) met één waarde toeneemt (de Vocht, 2019). Nu de afhankelijke variabele is getransformeerd, veranderen ook de Bèta regressiecoëfficiënten en daarmee de interpretatie van deze regressiecoëfficiënten. Het transformeren van de afhankelijke variabelen naar logaritmen, leidt er toe dat de B regressiecoëfficiënten niet geïnterpreteerd worden als absolute waarde stijging of daling, maar naar procentuele stijging of daling (Baarda, de Goede & van Dijkum, 2011). Dit leidt er dus toe dat een verandering van één eenheid  $X$  een verandering van B

in Y veroorzaakt. Om dit om te rekenen naar de verandering in absolute waarden, kan de B worden vermenigvuldigd met een factor 100 (om uit te komen op 100%) waardoor de absolute stijging of daling van een waarde kan worden berekend (Field, 2018). Dit leidt er toe dat een verandering van één X tot een verandering leidt van  $B(x100) \%$  op de afhankelijke variabele Y.

Nu blijkt dat alle variabelen aan de vooronderstellingen van de multipele regressieanalyse voldoen, kan gestart worden met het draaien en interpreteren van de multipele regressieanalyse modellen. Alvorens de bèta- regressiecoëfficiënten geïnterpreteerd kunnen worden, zal er eerst gekeken worden naar de Model Summary. Deze geeft informatie over de kwaliteit van het model, waarvan de R-square (ook wel determinatie coëfficiënt genoemd) de totale verklaringskracht van het model weergeeft. De verklaringskracht vertelt in hoeverre de onafhankelijke variabelen de afhankelijke variabele in het model verklaren (De Vocht, 2019). Dit getal ligt altijd tussen de 0 en 1. Vervolgens geeft de ANOVA tabel de uitkomsten van de variantie-analyse weer. Deze tabel stelt of het model als geheel dan wel significant is of niet. Tot slot geeft de Coefficients tabel de eigenlijke regressieanalyse weer. Vanuit hier vindt de interpretatie van gegevens plaats en geeft de absolute- en relatieve verbanden van variabelen weer.

#### 4.3.2 Multipele regressieanalyse bezoekfrequentie

Uit de resultaten van de multipele regressieanalyse (Method Stepwise) komen in totaal vier modellen naar voren, deze zijn hieronder te zien in tabel 4. In de modellen worden variabelen als significant gezien bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Dit betekent dat variabelen met een lagere betrouwbaarheid niet significant zijn ( $Sig > 0,05$ ). Bij de stapsgewijze methode wordt er om de beurt een regressiemodel gedraaid waarbij bij elke stap er een extra onafhankelijke variabele wordt meegenomen. Alleen variabelen die een significante invloed hebben op de afhankelijke variabelen worden in het model opgenomen. De vier onafhankelijke variabelen worden in de volgende volgorde aan het model toegevoegd: leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en inkomen. In onderstaande tabel is te zien dat in het geval van de afhankelijke variabele bezoekfrequentie, er in totaal vier regressiemodellen opgesteld worden. Dit betekent dat (ten minste één deel van) alle vier de onafhankelijke variabelen significant bijdragen aan de bezoekfrequentie. De tabel Variables entered/removed geeft stap voor stap weer welk significante onafhankelijke variabelen aan het model worden toegevoegd. Dit wordt gedaan tot er geen significante variabelen meer meegenomen kunnen worden. Het laatste model dat wordt gedraaid is het uiteindelijke regressiemodel met bijbehorende regressiecoëfficiënten en daarom mag alleen het laatste model worden geïnterpreteerd. In dit geval is het dus model 4 dat geïnterpreteerd kan worden met de bijbehorende coëfficiënten. De Model Summary, tevens te zien in tabel 4, geeft stap voor stap weer hoe de verklaringskracht van de verschillende modellen veranderd, elke keer als er een significante factor wordt toegevoegd. In het geval van deze regressieanalyse blijkt het eerste model een verklaringskracht te hebben van 0,022: dit staat gelijk aan een verklaringskracht van 1,6%. Per onafhankelijke variabele die wordt toegevoegd aan de modellen stijgt de verklaringskracht telkens, maar in beperkte mate. In model twee stijgt de verklaringskracht met 0,1%, in model drie ook met 0,1% en in model vier tot slot met 0,4%. Het uiteindelijke model heeft een adjusted R-square van 0,022 en heeft daarmee een verklaringskracht van 2,2%. De verklaringskracht staat gelijk aan de totale verklaarde variantie gedeeld door de onverklaarde variantie in het model (Vennix, 2016). Field (2018), stelt dat (adjusted) R-square waardes (determinatiecoëfficiënt) tussen de 0,01 en 0,09 een zwakke verklaringskracht bieden. Het uiteindelijke model waarmee wordt gewerkt, biedt dus een zwakke verklaringskracht. Dit neemt niet dat er geen uitspraken gedaan kunnen worden over de variabelen die in het model zijn opgenomen,

integendeel zelfs. Uit de coëfficiënten tabel blijkt dat in het laatste model waarin alle variabelen zijn opgenomen er in totaal drie variabelen zijn die significant van invloed zijn op de variabele bezoekfrequentie. Dit zijn de variabelen leeftijd, geslacht en inkomen. Tussen de variabele leeftijd en bezoekfrequentie bestaat een positief verband: voor elk levensjaar dat de respondent ouder is, heeft dit een toename op de totale bezoekfrequentie van 0,5% ten opzichte van de constante waarde van bezoekfrequentie van 152,9. Dit is in lijn der verwachting met de literatuur. Naarmate de leeftijd van de respondent toeneemt, trekt deze vaker naar het centrum als funshopper (Molenaar, 2009). Daarnaast is er een significant verband te onderscheiden van de variabelen geslacht en inkomen op bezoekfrequentie. Omdat het hier dummy variabelen betreft kunnen ze niet rechtstreeks op de afhankelijke variabele bezoekfrequentie geïnterpreteerd worden, maar alleen ten opzichte van de referentiecategorie. In dit geval blijkt dat mannen significant minder vaak het middelgrote stadcentrum bezoeken dan vrouwen, een bevestiging van wat er in het theoretisch kader werd verwacht. Mannen bezoeken gemiddeld het centrum 4,6% minder vaak dan vrouwen. Daarnaast valt op te merken dat lage inkomensgroepen juist significant vaker in het centrum komen dan middeninkomens. Dit verschil bedraagt ten opzichte van middeninkomens wel 10,1%. Dit lag wederom in lijn der verwachting en is mogelijk te verklaren door het feit dat lage inkomens vaak voor doelgerichte boodschappen naar het centrum trekken en daardoor juist vaker (kleine) boodschappen doen. Opvallend is dat hoge inkomens bij een betrouwbaarheidsinterval van 95% niet verschillen in bezoekfrequentie vergeleken met middeninkomens, maar dat als er een betrouwbaarheidsinterval van 90% wordt gehanteerd, er *wel* een significant verband te onderscheiden is. In dat geval bezoeken de hoge inkomens het centrum 4,3% minder vaak dan middeninkomens. Tussen het interval/ratio meetschaal en de nominale/ordinale meetschaal (de dummy's) kan dan niet de absolute sterkte van het verband vergeleken worden, dit kan wel met de relatieve sterkte van de verbanden. Dit kan vergeleken worden door te kijken naar de gestandaardiseerde Bèta-coëfficiënten. Als we de significante variabelen leeftijd, geslacht en inkomen vergelijken dan zien we dat de variabele leeftijd de 'sterkste' variabele in het model is en dus het grootste aandeel heeft in de verklaarde variantie van bezoekfrequentie. Vervolgens verklaart de variabele inkomen de meeste variantie gevolgd door de variabele geslacht.

Opvallend in dit model is echter dat er geen significante verschillen te ondervinden zijn in de variabele opleidingsniveau. Om te bepalen of er wellicht toch verschillen zijn tussen de verschillende dummy variabelen zal het regressiemodel opnieuw gedraaid worden met andere dummy's als referentiecategorie. Hieruit blijkt tevens dat er geen significante verschillen zijn op te merken tussen de bezoekfrequentie en opleidingsniveau. Dit kan er mee te maken hebben dat de variabelen leeftijd, geslacht en inkomen een sterkere invloed hebben op de variabele bezoekfrequentie, dit wordt duidelijk uit de gestandaardiseerde bèta-coëfficiënten. De variabele opleidingsniveau scoort hierin het laagst van alle vier de onafhankelijke variabelen. Wel wordt de kloof tussen de lage in hoge inkomens meer duidelijk. Gingen de lage inkomens nog zo'n 10,1% vaker naar het middelgrote centrum dan middeninkomens, ten opzichte van de hoge inkomens gaan de lage inkomens 14,4% vaker naar het centrum.

Om duidelijk te maken wat de gegevens die hierboven besproken zijn nou betekenen, hierbij een overzichtelijk beeld: het blijkt dat er in dit model drie significante factoren aan te wijzen zijn die van invloed zijn op de bezoekfrequentie. Dit zijn de variabelen leeftijd, geslacht en inkomen. Naarmate men ouder wordt, neemt de trek naar het middelgrote centrum met een half procent per jaar toe. Mannen trekken significant minder naar het centrum dan vrouwen. Opleidingsniveau lijkt geen invloed

te hebben op de bezoekfrequentie van bezoekers in middelgrote steden. Daarmee lijken er drie van de vier onafhankelijke variabelen een invloed te hebben op de bezoekfrequentie van bezoekers in middelgrote stadcentra. Op de volgende pagina is een overzicht te vinden van de belangrijkste SPSS output waarden.

### Resultaten bezoekfrequentie

|                            | 1          |          |       | 2          |          |       | 3          |          |       | 4          |          |       |
|----------------------------|------------|----------|-------|------------|----------|-------|------------|----------|-------|------------|----------|-------|
|                            | Unstand. B | Stand. B | Sig.  | Unstand. B | Stand. B | Sig.  | Unstand. B | Stand. B | Sig.  | Unstand. B | Stand. B | Sig.  |
| Constant                   | 1,529      |          | 0,000 | 1,547      |          | ,000  | 1,557      |          | 0,000 | 1,552      |          | 0,000 |
| Leeftijd                   | 0,005      | 0,148    | 0,000 | 0,005      | 0,148    | 0,000 | 0,005      | 0,133    | 0,000 | 0,005      | 0,141    | 0,000 |
| Geslacht man               |            |          |       | -0,530     | -0,430   | 0,007 | -0,460     | -0,370   | 0,022 | -0,460     | -0,037   | 0,020 |
| Opleidingsniveau Lager     |            |          |       |            |          |       | 0,102      | 0,031    | 0,058 | 0,036      | 0,011    | 0,524 |
| Opleidingsniveau VMBO-MAVO |            |          |       |            |          |       | 0,052      | 0,030    | 0,094 | 0,015      | 0,009    | 0,632 |
| Opleidingsniveau HAVO      |            |          |       |            |          |       | 0,071      | 0,026    | 0,111 | 0,054      | 0,020    | 0,231 |
| Opleidingsniveau VWO       |            |          |       |            |          |       | -0,260     | -0,007   | 0,657 | -0,046     | -0,120   | 0,454 |
| Opleidingsniveau MBO       |            |          |       |            |          |       | 0,015      | 0,012    | 0,522 | -0,005     | -0,004   | 0,837 |
| Opleidingsniveau WO        |            |          |       |            |          |       | -0,280     | -0,016   | 0,357 | -0,026     | -0,015   | 0,414 |
| Inkomen laag               |            |          |       |            |          |       |            |          |       | 0,101      | 0,063    | 0,000 |
| Inkomen hoog               |            |          |       |            |          |       |            |          |       | -0,430     | -0,032   | 0,074 |
| Model Summary              |            |          |       |            |          |       |            |          |       |            |          |       |
| Observaties                | 4003       |          |       | 4003       |          |       | 4003       |          |       | 4003       |          |       |
| Adjusted R Square          | 0,016      |          |       | 0,017      |          |       | 0,018      |          |       | 0,022      |          |       |
| Significantie T-toets      | 0,000      |          |       | 0,000      |          |       | 0,000      |          |       | 0,000      |          |       |

Tabel 4. Multiële regressieanalyse variabele bezoekfrequentie

#### 4.3.3 Multipele regressieanalyse tijdverblijf

Na het behandelen van de afhankelijke variabele bezoekfrequentie is het nu de beurt om een multipele regressieanalyse op te stellen voor de afhankelijke variabele tijdverblijf. Uit stapsgewijze regressieanalyse (Method Stepwise) komen wederom vier significante modellen naar voren waarvan het laatste model geïnterpreteerd wordt omdat hier alle significante factoren in zijn opgenomen met hun bijbehorende B-coëfficiënten, zoals is te zien in tabel 5. Wanneer de vier modellen worden vergeleken, dan blijkt hieruit dat de verklaaringskracht per model telkens toeneemt. Het eerste model kent slechts een verklaaringskracht van 0,2% waarbij dit geleidelijk oploopt tot een verklaaringskracht van 0,8% in het laatste model. Dit is een verviervoudiging ten opzichte van het eerste model, wat betekent dat de extra toegevoegde onafhankelijke variabelen meehelpen in het verklaren van de variantie. Een verklaaringskracht van 0,8% geeft echter wel aan dat de algehele verklaaringskracht van het hele model zwak tot nihil is. Dit is niet in lijn der verwachting: de verwachting was dat de persoonskenmerken toch een aanmerkelijk deel zou bijdragen aan het verklaren van het tijdverblijf in het middelgrote stadcentrum. Het verschil in het verwachtingspatroon en de daadwerkelijke uitkomst laat dus zien dat de variabelen die opgenomen zijn in de modellen, de variantie in het model dus niet goed dekken en verklaren. Daarentegen staat wel dat alle modellen significant zijn met een significantie variërend tussen de 0,002 en 0,000. Dit betekent dat de modellen er allen toe doen en aan de voorwaarden voldoen om geïnterpreteerd te worden.

Uit model 4 blijkt dat van de vier factoren, slechts twee er significant bijdragen aan het verklaren van de variabele tijdverblijf. Bij een betrouwbaarheidsinterval van 95% (Sig. < 0,05) blijkt dat opleidingsniveau net *geen* invloed heeft op het tijdverblijf. Zou het betrouwbaarheidsinterval 90% zijn, dan blijkt dat opleidingsniveau *wel* invloed heeft op bezoekduur (ten opzichte van de referentiecategorie HBO). De variabele leeftijd heeft een positief effect op het tijdverblijf. Naarmate de leeftijd met één jaar toeneemt, zorgt dit van een toename op het tijdverblijf van 0,1%. Het geslacht van personen heeft ook een significante invloed op het tijdverblijf van bezoekers in de stad. Zo blijkt dat mannen zo'n 5,4% minder lang in het centrum spenderen dan vrouwen. Tussen de verschillende opleidingsniveaus en de verschillende inkomensgroepen zijn geen significante verschillen op te merken. Dit is opmerkelijk, want in de beschrijvende statistiek (p.22) werd nog verwachting gewekt dat lagere inkomensgroepen gemiddeld aanzienlijk korter in het centrum verbleven dan de andere inkomensgroepen. Nu blijkt dus uit de toetsende statistiek dat dit verband niet significant is. Nu de absolute sterkte van de significante variabelen duidelijk zijn, zal er worden gekeken naar de relatieve sterkte van de variabelen onderling. Uit de gestandaardiseerde Bèta-coëfficiënt blijkt dat van de twee significante variabelen leeftijd en geslacht, de variabele geslacht onderling het sterkste verband heeft. Dit betekent dat de variabele geslacht voor het grootste deel bijdraagt aan de verklaarde variantie in het model en dus de sterkste invloed in het model heeft. Om te bepalen of er tussen de niet significante dummy's toch een significante invloed op het tijdverblijf is, zal de regressieanalyse nogmaals gedraaid worden met een andere referentiecategorie. Hieruit volgt dat er naast de al eerder significant bevonden variabelen geen extra onafhankelijke variabelen significant zijn ten opzichte van elkaar.

Op basis van de analyse kunnen we een voorlopige balans opstellen voor het tijdverblijf in het middelgrote stadcentrum. Uit de analyse kan opgemaakt worden dat van de vier factoren in het model er twee een significante invloed hebben op het tijdverblijf. Zo blijkt dat naarmate men ouder wordt, de leeftijd een positieve invloed heeft op het tijdverblijf in het middelgrote stadcentrum en dat mannen ten opzichte van vrouwen tevens minder lang in het centrum verblijven. De verklaringskracht van de modellen is echter zwak, dus er is enige voorzichtigheid geboden bij het generaliseren van de gegevens, meer hierover volgt in hoofdstuk 5. Onderstaande tabel geeft de regressieanalyse weer voor de variabele tijdverblijf.

**Resultaten variabele tijdverblijf**

|                                   | <b>1</b>   |          |       | <b>2</b>   |          |       | <b>3</b>   |          |       | <b>4</b>   |          |       |
|-----------------------------------|------------|----------|-------|------------|----------|-------|------------|----------|-------|------------|----------|-------|
|                                   | Unstand. B | Stand. B | Sig.  | Unstand. B | Stand. B | Sig.  | Unstand. B | Stand. B | Sig.  | Unstand. B | Stand. B | Sig.  |
| <b>Constant</b>                   | 1,063      |          | 0,000 | 1,572      |          | 0,000 | 1,572      |          | 0,000 | 1,569      |          | 0,000 |
| <b>Leeftijd</b>                   |            |          |       | 0,001      | 0,048    | 0,002 | 0,001      | 0,055    | 0,001 | 0,001      | 0,053    | 0,002 |
| <b>Geslacht man</b>               |            |          |       |            |          |       | -0,054     | -0,075   | 0,000 | -0,054     | -0,075   | 0,000 |
| <b>Opleidingsniveau Lager</b>     |            |          |       |            |          |       | -0,027     | -0,014   | 0,420 | -0,015     | -0,008   | 0,666 |
| <b>Opleidingsniveau VMBO-MAVO</b> |            |          |       |            |          |       | 0,055      | 0,055    | 0,805 | 0,014      | 0,014    | 0,551 |
| <b>Opleidingsniveau HAVO</b>      |            |          |       |            |          |       | -0,240     | -0,150   | 0,410 | -0,018     | -0,110   | 0,541 |
| <b>Opleidingsniveau VWO</b>       |            |          |       |            |          |       | 0,055      | 0,025    | 0,148 | 0,061      | 0,027    | 0,113 |
| <b>Opleidingsniveau MBO</b>       |            |          |       |            |          |       | 0,180      | 0,023    | 0,343 | 0,024      | 0,031    | 0,224 |
| <b>Opleidingsniveau WO</b>        |            |          |       |            |          |       | 0,034      | 0,046    | 0,620 | 0,036      | 0,049    | 0,051 |
| <b>Inkomen laag</b>               |            |          |       |            |          |       |            |          |       | 0,011      | 0,015    | 0,501 |
| <b>Inkomen hoog</b>               |            |          |       |            |          |       |            |          |       | 0,024      | 0,030    | 0,204 |
| <b>Model</b>                      |            |          |       |            |          |       |            |          |       |            |          |       |
| <b>Observaties</b>                |            | 3971     |       |            | 3971     |       |            | 3971     |       |            | 3971     |       |
| <b>Adjusted R Square</b>          |            | 0,002    |       |            | 0,007    |       |            | 0,008    |       |            | 0,008    |       |
| <b>Significantie T-toets</b>      |            | 0,002    |       |            | 0,000    |       |            | 0,000    |       |            | 0,000    |       |

Tabel 5. Multiële regressieanalyse variabele tijdverblijf

#### 4.3.3 Multipele regressieanalyse uitgaven

Tot slot wordt de laatste afhankelijke variabele geanalyseerd: de variabele uitgaven. Uit de resultaten in tabel 6 blijkt dat er na de stapsgewijze regressieanalyse drie modellen zijn opgesteld. Alle drie de modellen blijken significant. Het laatste model bevat alle onafhankelijke variabelen die significant bijdragen aan de totale uitgaven, het laatste model kan daarom geïnterpreteerd worden. Alvorens de interpretatie plaatsvindt zal afzonderlijk naar de modellen gekeken worden. Hieruit blijkt dat de modellen telkens in verklaringskracht toenemen. Verklaard model 1 slechts 0,2% van de variantie, in model 2 is dit al 1,1% en in het derde model is dit gestegen tot 3,8%. Het derde model kent dus de hoogste verklaringskracht. Dit ligt in lijn der verwachting: de hypothese stelde al dat er samenhang te vinden is tussen het inkomen van respondenten en hun uitgaven. Met een verklaringskracht van 3,8% is de verklaringskracht van de variabele uitgaven de hoogste van alle drie de multipele regressieanalyses, maar blijft de verklaringskracht volgens Field (2018) zwak van aard. Van de drie modellen die gedraaid worden blijken alle drie de modellen significant te zijn. Dit betekent dat de modellen geïnterpreteerd kunnen worden. Uit het model 4, waarin alle significante factoren die bijdragen aan de variabele uitgaven zijn opgenomen, blijkt dat er van de vier factoren er drie een significante invloed hebben op de totale uitgaven. De variabelen geslacht, opleidingsniveau en inkomen dragen alle drie significant bij aan de totale uitgaven van bezoekers in het middelgrote stadcentrum. Wat opvalt is dat de variabele leeftijd in dit rijtje ontbreekt en zelf helemaal is weggelaten uit de regressievergelijking. De stapsgewijze regressieanalyse neemt alleen variabelen in het model op die significant bijdragen aan de modellen. In dit geval blijkt dus dat de variabele leeftijd geen significante invloed heeft op de totale uitgaven en daarom niet is opgenomen in de modellen. Dit beeld wordt bevestigd in de tabel *Excluded Variables*, waarin de significantie van leeftijd van de respondent een significantiewaarde van 0,364 heeft; ver boven de gestelde grenswaarde van Sig. < 0,5.

Uit de resultaten in tabel 6 blijkt dat mannen 5% minder geld uitgeven ten opzichte van vrouwen. Dit ligt in lijn der verwachting, aangezien eerder in de descriptieve analyse al naar voren kwam dat mannen gemiddeld minder geld uitgeven dan vrouwen: de toetsende statistiek bevestigt dit beeld dus. Een 'common sense' verklaring hiervoor kan zijn dat mannen over het algemeen het 'shoppen' minder leuk vinden dan vrouwen en hier dus ook minder tijd en geld aan kwijt zijn. Daarnaast valt op te merken dat het opleidingsniveau significant bijdraagt aan de totale hoeveelheid uitgaven. Binnen variabele opleiding zijn hier verschillen in op te merken. Zo blijkt dat bezoekers die een wetenschappelijke opleiding (WO) hebben genoten 5% minder uitgeven ten opzichte van mensen die het hoger beroepsonderwijs (HBO) hebben genoten. Dit is opvallend, want je zou verwachten dat mensen met een hoger inkomen meer te besteden hebben en dus geneigd zijn meer uit te geven. Daarnaast valt op te merken dat als er met betrouwbaarheidsintervallen van 90% gewerkt zou zijn (Sig. <0,10), mensen met een opleidingsniveau van 'Lager' ook significant verschillen van de referentie categorie HBO. Uit de variabele inkomen blijkt dat respondenten die behoren tot de laag-sociaal economische inkomensklasse zo'n 16,5% minder uitgeven in middelgrote stadcentra dan inkomens uit de middenklasse. Respondenten uit de hogere sociaaleconomische inkomensklasse geven daarentegen 7,2% meer uit vergeleken met de midden inkomens. Het verschil in uitgaven in middelgrote stadcentra tussen lage- en hoge inkomensgroepen ligt daarmee op 23,7% (16,5 + 7,2), een fors verschil. Na het wisselen van referentiecategorie in de dummy variabelen blijkt tevens dat er een significant verschil te vinden is tussen mensen die het middelbaar beroepsonderwijs (MBO) gevolgd hebben en mensen met een wetenschappelijke opleiding. Mensen met een MBO achtergrond geven zo'n 5,3% meer uit

dan mensen met een WO opleiding. Dit verschil was vergeleken met de referentiecategorie HBO niet significant aantoonbaar, maar is met de referentiecategorie WO pas kenbaar geworden. Van de significante variabelen blijkt dat de variabele 'inkomen laag' het grootste aandeel heeft in de verklaarde variantie en dus relatief de 'sterkste' factor is die invloed heeft op de totale uitgaven. Kort daarna zijn het de variabelen 'inkomen hoog' en het mannelijk geslacht die invloed hebben op de variabele uitgaven.

Er kan dus gesteld worden dat er van de vier verwachte factoren er uiteindelijk drie een significante invloed hebben op de totale uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra. Uit de resultaten blijkt dat geslacht, opleidingsniveau en inkomen alle drie invloed hebben op de afhankelijke variabelen. Opvallende afwezigheid van de onafhankelijke variabelen is leeftijd, die geen significante invloed heeft op de totale uitgaven. Het blijkt dat mannen minder geld uitgeven dan vrouwen bij een bezoek aan het middelgrote stadcentrum en dat mensen met een WO opleiding meer geld uitgeven bij een centrum bezoek. Daarnaast valt op dat mensen die een MBO opleiding hebben genoten juist *meer* geld uitgeven dan mensen die een WO opleiding hebben afgerond. Tot slot valt op te merken dat de drie verschillende inkomensgroepen alle drie significant verschillen wat betreft uitgaven van elkaar. Zo geven lage sociaaleconomische inkomensgroepen minder uit bij een centrum bezoek dan de midden inkomensgroep, en geven hoge inkomensgroepen juist meer geld dan de midden inkomens. Van de drie significante factoren blijkt de variabele inkomen het grootste aandeel te hebben in de verklaarde variantie.

**Resultaten variabele uitgaven**

|                                   | <b>1</b>   |          |       | <b>2</b>   |          |       | <b>3</b>   |          |       |
|-----------------------------------|------------|----------|-------|------------|----------|-------|------------|----------|-------|
|                                   | Unstand. B | Stand. B | Sig.  | Unstand. B | Stand. B | Sig.  | Unstand. B | Stand. B | Sig.  |
| <b>Constant</b>                   | 1,455      |          | 0,000 | 1,491      |          | 0,000 | 1,477      |          | 0,000 |
| <b>Geslacht man</b>               | 0,044      | -0,050   | 0,003 | -0,047     | -0,054   | 0,002 | -0,050     | -0,560   | 0,001 |
| <b>Opleidingsniveau Lager</b>     |            |          |       | -0,203     | -0,082   | 0,000 | -0,111     | -0,450   | 0,010 |
| <b>Opleidingsniveau VMBO-MAVO</b> |            |          |       | -0,075     | -0,061   | 0,001 | -0,021     | -0,017   | 0,362 |
| <b>Opleidingsniveau HAVO</b>      |            |          |       | -0,015     | -0,008   | 0,639 | 0,009      | 0,005    | 0,779 |
| <b>Opleidingsniveau VWO</b>       |            |          |       | -0,141     | -0,051   | 0,003 | -0,103     | -0,038   | 0,026 |
| <b>Opleidingsniveau MBO</b>       |            |          |       | -0,029     | -0,300   | 0,108 | 0,003      | 0,003    | 0,878 |
| <b>Opleidingsniveau WO</b>        |            |          |       | -0,490     | -0,390   | 0,032 | -0,050     | -0,040   | 0,029 |
| <b>Inkomen laag</b>               |            |          |       |            |          |       | -0,165     | -0,141   | 0,000 |
| <b>Inkomen hoog</b>               |            |          |       |            |          |       | 0,072      | 0,075    | 0,000 |
| <b>Model</b>                      |            |          |       |            |          |       |            |          |       |
| <b>Observaties</b>                |            | 3524     |       |            | 3524     |       |            | 3524     |       |
| <b>Adjusted R Square</b>          |            | 0,002    |       |            | 0,011    |       |            | 0,038    |       |
| <b>Significantie T-toets</b>      |            | 0,003    |       |            | 0,000    |       |            | 0,000    |       |

Tabel 6. Multiële regressieanalyse variabele uitgaven

## Hoofdstuk 5. Conclusie, aanbeveling & reflectie

Het laatste hoofdstuk van het onderzoek zal worden afgesloten met een conclusie, waarin een antwoord wordt geformuleerd op de gestelde hoofdvraag. Vervolgens zal in paragraaf 5.2 een kritische blik geworpen worden op de wetenschappelijke basis van het onderzoek en dit zal uitmonden in een aanbeveling op basis van de resultaten van het onderzoek. Tot slot zal in paragraaf 5.3 een persoonlijke blik gegeven worden op het onderzoeksproces en de ervaringen die zijn opgedaan in dit onderzoek an sich, dit wordt in de reflectie beschreven.

### 5.1 Conclusie

Nu de analyses zijn afgerond is het tijd om een antwoord te formuleren op de gestelde hoofdvraag. In dit onderzoek is gezocht naar een antwoord op de hoofdvraag:

*“Welke invloed hebben de persoonseigenschappen van bezoekers in middelgrote stadscentra op de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en uitgaven?”*

Voordat er werd begonnen met het uitvoeren van het onderzoek, is het onderzoeksonderwerp afgebakend door middel van een uitvoerige literatuurstudie die de bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadscentra van verschillende kanten hebben belicht. Uit de literatuurstudie zijn enkele wetenschappelijke theorieën naar voren gekomen, waaronder het zwaartekrachtmodel en enkele aantrekkingskrachtfactoren van het (middelgrote) centrum. De belichting van de bezoekmotieven vanuit verschillende kanten heeft geleid tot het afbakenen van het onderzoeksonderwerp. Om tot een antwoord te komen op de hoofdvraag zijn de persoonskenmerken opgedeeld in de onafhankelijke variabelen: leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en inkomen. Na het operationaliseren van de begrippen en het indelen van de variabelen in verschillende categorieën zijn de persoonskenmerken getoetst aan de drie afhankelijke variabelen. Dit heeft geleid tot drie hoofdmodellen die alle dienen bij te dragen aan het antwoord op de hoofdvraag.

Alvorens de variabelen factoren getoetst werden aan de afhankelijke variabelen werd er eerst inzicht verkregen in de data door het gebruik van descriptieve statistiek. Hieruit bleek dat er al enkele patronen in bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en uitgaven zichtbaar waren. Zo bleek uit de gegevens dat mannen minder vaak in het centrum te vinden zijn dan vrouwen, een trend die zich leent met de verwachting in dit onderzoek. Daarnaast viel op dat lage inkomens gemiddeld vaker in het centrum te vinden zijn dan andere inkomensgroepen. Verder wekte de descriptieve analyse de verwachting dat mannen gemiddeld minder lang dan vrouwen in het centrum spenderen, hetzelfde geldt voor de lage inkomensgroepen ten opzichte van de midden- en hoge inkomensgroepen. Tot slot wekte de beschrijvende analyse de indruk dat er verbanden te onderscheiden zijn tussen het aandeel uitgaven tussen mannen en vrouwen, het hoogst genoten opleidingsniveau en de inkomensgroep waartoe de respondenten behoorde.

De verwachtingen die descriptieve analyse in dit onderzoek opwekte, zou in de toetsende statistiek getest worden. Al snel bleek dat het merendeel van de bezoekers in middelgrote stadscentra met een doelgericht winkelmotief naar het centrum was gekomen. Dit was een bevestiging van wat het hoofdconcept in het theoretisch kader vermeldde: dat middelgrote steden steeds meer een lokale functie toebedeeld krijgt en ‘dagjes mensen’ de grote stad de voorkeur geven boven als het om recreatief winkelen gaat.

Uit de toetsende statistiek blijkt verder dat de variabelen leeftijd, geslacht en inkomen de totale bezoekfrequentie van bezoekers aan middelgrote centra beïnvloeden. Wanneer respondenten één jaar ouder worden, heeft dit een positief effect op de bezoekfrequentie van een half procent. Dit ligt in verwachting met wat de literatuur eerder veronderstelde (Molenaar, 2009). Wanneer de leeftijd toeneemt, neemt de bereidheid om naar het centrum te trekken toe. Mogelijke verklaring hiervoor is de toenemende mate van vrije tijd naarmate personen ouder worden: naarmate men ouder wordt krijgt men meer vrije tijd, en heeft men meer tijd om in het centrum te spenderen. Daarnaast blijkt dat mannen het centrum minder vaak bezoeken dan vrouwen. Dit kan ermee te maken hebben dat de ‘fun factor’ in shoppen, het zogenaamde ‘funshoppen’, vrouwen meer ligt dan mannen. Tot slot blijkt er een verband te onderscheiden tussen de lage inkomensgroepen en de midden- en hoge inkomensgroepen. De lage inkomensgroepen bezoeken het middelgrote centrum vaker dan de andere twee inkomensgroepen. Daarbij blijkt tevens dat ze minder geld uitgeven dan midden- en hoge inkomens. Dit beeld zet het theoretisch construct in het theoretisch kader kracht bij (zie theoretisch kader, p.3 ). Hierin stellen Van Leeuwen en Rietveld (2010) dat het middelgrote stadcentrum een meer lokale functie toebedeeld krijgt ten opzichte van de grote steden. Mensen met kleinere beurzen zullen hier de dupe van zijn, zij hebben vaak minder de mogelijkheid om ver te reizen, bijvoorbeeld doordat zij geen beschikking hebben over een auto, en zullen meer aangewezen zijn op het lokale centrum. Het middelgrote centrum trekt daarin steeds meer mensen die dagelijkse, doelgerichte boodschappen doen. Een aannemelijke verklaring die deze resultaten kracht bij zet.

Ten aanzien van de variabele tijdverblijf zijn er ook enkele significante verbanden te onderscheiden. De resultaten van de descriptieve statistiek deden vermoeden dat er verschillen zichtbaar zijn tussen mannen en vrouwen en tussen de verschillende inkomensgroepen. Uit de toetsende resultaten is naar voren gekomen dat leeftijd en geslacht significante invloed hebben op het tijdverblijf van bezoekers in het centrum. Zo blijkt dat leeftijd een positieve invloed heeft op het tijdverblijf in de stad: naarmate men ouder wordt verblijft men langer in het centrum. Dit ligt in lijn met de verwachting en heeft raakvlakken met de verklaring van het tevens positieve verband met bezoekfrequentie: oudere mensen hebben meer tijd om vaker en langer het stadcentrum te bezoeken. Daarnaast blijkt er een negatief verband te heersen tussen het tijdverblijf in het centrum van mannen vergeleken met die van vrouwen. Mannen zijn zo’n vijf procent minder lang in het centrum te vinden volgens de resultaten in dit onderzoek. Dit is in overeenstemming met de verklaring van de variabele bezoekfrequentie: het shoppen wordt door mannen vaak minder gewaardeerd dan vrouwen wat resulteert in een minder lang tijdverblijf. Eerder werd al gesteld dat mannen vaker een doelgericht winkelmotief hebben als ze naar het centrum trekken ten opzichte van vrouwen. De resultaten laten hier in ieder geval zien dat dit verschil in tijdverblijf tussen man en vrouw in ieder geval significant is.

Tot slot is de variabele uitgaven geanalyseerd. Uit de resultaten blijkt dat er drie factoren aangewezen kunnen worden die bijdragen aan de totale uitgaven van bezoekers in het middelgrote stadcentrum. De variabelen geslacht, opleidingsniveau en inkomen dragen alle drie significant bij aan de totale uitgaven van bezoekers in het middelgrote stadcentrum. Zo bleek al eerder dat mannen minder frequent en minder lang in het centrum te vinden zijn, maar nu blijkt tevens dat ze significant minder uitgeven. Een verklaring hiervoor ligt voor de hand: mannen zijn zoals eerder gezegd minder gewillig als het om ‘shoppen’ gaat. Dit verklaart niet alleen de mindere trek en tijdverblijf in de stad, maar ook de totale uitgaven aan zich binnen de variabele geslacht. Daarnaast is op te merken dat mensen met een wetenschappelijke opleiding meer uitgeven dan mensen die het hoger beroepsonderwijs hebben genoten. Opvallend is dat mensen met een middelbaar beroepsonderwijsgraad dan weer significant

meer uitgeven dan mensen met een WO-opleiding. Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn dat mensen met een hogere opleidingsgraad minder materialistisch van aard zijn en dus minder geld aan 'nieuwe' spullen uitgeven. Tussen de andere inkomensgroepen zijn verder geen verbanden te onderscheiden. Afsluitend valt op te merken dat er tussen alle drie de categorieën inkomensgroepen in dit onderzoek een significant verschil is op te merken. Zo geven middeninkomens meer geld uit bij een bezoek aan het centrum dan de lage inkomensgroep en geeft de hoge inkomensgroep op hun beurt weer meer geld uit dan de midden inkomensgroep. Een opzichzelfstaand logisch fenomeen, want mensen met meer financiële mogelijkheden hebben simpelweg meer te besteden dan lagere inkomensgroepen.

Als de balans wordt opgemaakt kunnen we het volgende concluderen: persoonskenmerken van bezoekers in middelgrote stadcentra dragen in dit onderzoek significant bij aan de bezoekfrequentie, het tijdsverblijf en totale uitgaven. Tussen de afhankelijke variabelen is onderling verschil op te merken. Zo blijkt dat leeftijd, geslacht en inkomen van invloed zijn op de bezoekfrequentie; leeftijd en geslacht op het totale tijdsverblijf; en de persoonskenmerken geslacht, opleidingsniveau en inkomen op de totale uitgaven in middelgrote stadcentra. Uit onderzoek is dus gebleken dat alle vier de persoonskenmerken (verschillend) invloed hebben op de bezoekfrequentie, tijdsverblijf en uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra.

## 5.2 Discussie & aanbeveling

In het algemeen bestaan er op het gebied van het onderzoek naar de bezoekmotieven en gedrag van bezoekers in middelgrote stadcentra nog enkele zichtbare hiaten in de literatuur. Uit het theoretisch hoofdstuk kwam naar voren dat bezoekers steeds meer waarde hechten aan een bezoek aan het centrum. De middelgrote steden leggen het hierbij af aan de grote steden, die de bezoekers meer een 'dagje uit' beleving kunnen geven. In de descriptieve analyse werd al duidelijk dat dit beeld werd bevestigd: het merendeel van de respondenten in dit onderzoek heeft een doelgericht winkelmotief (71,3%). Reden om in dit onderzoek in te gaan op de bezoekmotieven van bezoekers in de middelgrote stad: welke persoonskenmerken hebben invloed op het centrumbezoek? Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat alle vier de persoonskenmerken (verschillend) invloed hebben op de bezoekfrequentie, tijdsverblijf en uitgaven van bezoekers in middelgrote stadcentra. Hierbij zijn er meerdere multipale regressie modellen gedraaid, elk met als eigenschap dat ze de persoonskenmerken als onafhankelijke variabelen geïsoleerd hebben meegenomen in het model en deze getoetst hebben aan de drie afhankelijke variabelen. Het isoleren van de verschillende persoonskenmerken en deze toetsen aan de afhankelijke variabele heeft als voordeel dat dit de interne validiteit ten goede komt: door afzonderlijk elke onafhankelijke variabele te toetsen op significantie wordt er per model gekeken welke factoren bijdragen aan één specifieke afhankelijke variabele. De grote hoeveelheid data die in dit onderzoek is geanalyseerd draagt hierin tevens bij aan de betrouwbaarheid van het onderzoek. Daarmee lijkt het dat het met de interne validiteit en de betrouwbaarheid in dit onderzoek goed zit. Er zijn echter beperkingen die in dit onderzoek benoemd dienen te worden.

De zwakke verklaringskracht die in alle modellen naar voren komen dienen met enige voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd. Met een verklaringskracht variërend tussen de 0,8% en 3,8% in de modellen kan met recht gesproken worden over een zeer zwakke verklaringskracht. Dit heeft gevolgen voor de interpretatiekracht van de modellen naar de buitenwereld toe en heeft daarmee invloed op de externe validiteit. Uitspraken die in dit onderzoek gedaan zijn, zijn toepasselijk voor de deze

specifieke onderzoekssetting. De uitspraken die in dit onderzoek gedaan zijn dienen met enige voorzichtigheid gegeneraliseerd te worden op de werkelijkheid vanwege de vrij lage verklaringskracht. De lage verklaringskracht geeft weer dat er mogelijk andere factoren ten grondslag liggen aan het verklaren van de afhankelijke variabelen, dit is iets wat vervolgonderzoek op deze onderwerpen kan uitwijzen.

Een andere beperking van dit onderzoek betreft de kwantitatieve onderzoeksopzet. Kwantitatief onderzoek leent zich goed voor onderzoek in de breedte, maar dit gaat vaak ten koste van de diepgang (Verschuren en Doorewaard, 2015). De literatuurstudie onderscheidt enkele wetenschappelijke concepten die door kwantitatief onderzoek getoetst kunnen worden aan de empirie, dit gaat vaak gepaard met onderzoek op grotere schaal. Het kwantitatief onderzoek leent zich daarom goed voor dit onderwerp: de theoretische concepten kunnen op een toegankelijke manier getoetst worden aan de grote hoeveelheden data. De beperking van kwantitatief onderzoek is echter het gebrek aan diepgang. Een onderzoek in de breedte tracht uitspraken te doen over een bepaalde onderzoekspopulatie en die vervolgens te generaliseren op de werkelijkheid. Deze brede benadering gaat ten koste van specifieke onderwerpen die meer diepgang behoeven (Vennix, 2016). Een voorbeeld uit de praktijk diende zich tijdens de data-verzameling aan. Respondenten gaven op de vragenlijst cijfers aan bepaalde thema's in het centrum. Veelal ging dit gepaard met een toelichting waarom zij een bepaald cijfer op een thema in het desbetreffende centrum gaven. Voor dit kwantitatieve onderzoek was het echter alleen noodzakelijk de cijfers van de respondenten te noteren en niet de bijbehorende, misschien wel nuttige toelichting. Om specifieke thema's in bepaalde centra aan te pakken is het wellicht interessant om via kwalitatief vervolgonderzoek te achterhalen wat de daadwerkelijke reden achter deze cijfers is.

De resultaten van dit onderzoek kunnen als leidraad dienen voor de hierboven genoemde zaken. Nu duidelijk is dat de persoonskenmerken van bezoekers in middelgrote steden (verschillend) bijdragen aan de bezoekfrequentie, tijdverblijf en uitgaven; kan vanwege de lage verklaringskracht van de modellen nog worden verkend welke andere factoren hier nog aan ten grondslag liggen. Door middel van exploratief kwalitatief onderzoek kan dieper onderzocht worden waarom welke steden soms laag scoren op bepaalde thema's. Dit kan voornamelijk voor stedelijke bestuurders een interessante stap voor vervolgonderzoek zijn.

In de inleiding kwam reeds naar voren dat dit onderzoek niet alleen theoretische kennis dient te vergaren, maar dat dit onderzoek tevens een praktijkgerichte ondertoon heeft. De resultaten in dit onderzoek zijn, naast de bijdrage aan de al bestaande kennis op het gebied van bezoekmotieven, interessant voor de gemeente en bedrijven in het middelgrote centrum. Zoals eerder beschreven trekken de middelgrote stadcentra veelal mensen aan met een doelgericht winkelmotief, de resultaten in dit onderzoek bevestigden dit beeld. Middelgrote steden krijgen steeds meer een lokale functie toebedeeld als het op winkelen aankomt. Deze trend zal moeilijk te doorbreken zijn omdat de grote steden simpelweg meer te bieden hebben voor een 'dagje uit' beleving en deze trend zal zich waarschijnlijk in de toekomst alleen maar doortrekken. De middelgrote steden zullen dit moeten leren accepteren, maar staan niet machteloos. Dit onderzoek laat verschillen zien tussen verschillende persoonskenmerken die resulteren in een verschillend bezoekpatroon, tijdverblijf en totaal aandeel uitgaven. Sommige groepen komen vaker naar het centrum en geven hier minder geld uit, terwijl andere groepen juist minder vaak naar het centrum trekken, maar tegelijkertijd hier wel langer spenderen en meer geld uitgeven. Voor bedrijvigheid in de stad is het zo gunstig mogelijk om

bezoekers te trekken die vaak, lang en veel in het centrum spenderen en uitgeven. Het advies in dit onderzoek is dan ook vooral om de diversiteit in het centrum te stimuleren. Het centrum moet toegankelijk zijn voor mensen van allemaal verschillende persoonskenmerken. Diversiteit in winkelaanbod is dan ook belangrijk om mensen van alle persoonskenmerken in aanraking te laten komen met het centrum. Mochten middelgrote steden de concurrentiestrijd willen aangaan met de grote steden dan moeten zij ten minste beschikken over een groot winkel en horeca aanbod, en de aanwezigheid van een cultuursector. De vele middelgrote stadcentra worden nu vooral aangemerkt als ‘koopgoten’ met weinig oog voor historie en cultuur. Mochten beleidsmakers de middelgrote stad aantrekkelijker maken, dan zou cultuur zijn intrede moeten maken om mensen te verleiden recreatief naar de stad te komen en in het centrum te verblijven.

De bijdrage aan kennis van de persoonskenmerken op het bezoekgedrag van bezoekers in de middelgrote stad, kan naast het geven van inzicht aan de gemeente ook als een kans worden gezien. Voor de gemeente en haar partners kan dit namelijk een aangrijpingspunt zijn om te bepalen aan welke knoppen zij kan draaien in haar beleid. Aan variabelen als leeftijd en geslacht kan zij natuurlijk niets veranderen, maar aan kenmerken als opleidingsniveau en inkomen kan zij enigszins meer invloed op uitoefenen. Door bijvoorbeeld te zorgen dat haar gemeente aantrekkelijk wordt om te wonen, kunnen gemeenten ervoor zorgen dat zij een bepaalde aantrekkingskracht krijgen op bezoekers met hogere opleidingsniveaus op inkomens. Deze aantrekkingskracht staat dan weer in verbinding met het zwaartekrachtmodel zoals beschreven door Huff (1964). Deze werving van hoger opgeleiden en hogere inkomens kan dan indirect een positief effect hebben op het bezoekgedrag van mensen in de stad.

In het kort luidt de aanbeveling van dit onderzoek dan ook als volgt: een gemeente wil haar binnenstad zo levendig mogelijk houden en kan geen groepen in de openbare ruimte uitsluiten. Daarnaast willen winkeliers een zo lang mogelijk verblijf en hoog mogelijke uitgaven in het centrum stimuleren. Op persoonskenmerken als leeftijd en geslacht heeft een gemeente of winkelier geen invloed, maar de gemeente kan door middel van een aantrekkelijke binnenstad wel degelijk invloed uitoefenen op de aantrekkingskracht van het centrum. Bepalende factoren zijn hierin de aanwezigheid van een groot en divers winkelaanbod alsmede de aanwezigheid van culturele bezienswaardigheden. Door middelgrote centra een divers karakter te geven moet het centrum een plek zijn voor mensen met allerlei verschillende persoonskenmerken om naar toe te komen en te spenderen.

### 5.3 Reflectie

Het onderzoek wordt afgesloten met een kritische blik en deels persoonlijke kijk op de inhoud en het verloop van het onderzoek. Al in een vroeg stadium van het derde bachelor jaar werd gestart met de voorbereidingen voor de bachelor thesis. Allereerst kon men een voorkeur uitspreken voor een bepaald thesis thema waarna vervolgens de definitieve indeling volgde. In het tweede semester werd er met het onderzoekstraject begonnen. Met uiteindelijk een groep van vijf man werd er dit jaar onderzoek verricht naar de bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote stadcentra. Binnen deze groep definieerde iedereen zijn eigen thesis onderwerp met bijbehorend onderzoek. Bij het uitvoeren van kwantitatief onderzoek hoort natuurlijk de dataverzameling. Door de covid-19 restricties die ten tijde van schrijven deels roet in het eten gooide, waren lange tijd de winkels en horeca in de steden dicht. Om het onderzoek toch doorgang te laten vinden kregen de studenten vanuit DTNP een reeds bestaande dataset met het uitgevoerde onderzoek over voorgaande jaren. Deze dataset was erg omvangrijk met meer dan 10.000 verwerkte vragenlijsten over voorgaande jaren. Als tegenprestatie – en vanwege het opdoen van ervaring met dataverzameling alsmede de verwachte studielast – zijn er na het versoepelen van de maatregelen alsnog zes steden uitgekozen om te onderzoeken. Het betreft hier de (middel)grote steden: Doetinchem, Ede, Gorinchem, Hengelo, Waalwijk en Wijchen. Met zijn vijven zouden we alle zes de steden twee maal bezoeken, één keer op een doordeweekse dag en één keer op een zaterdag. In totaal zou elke student dus zes keer een stad bezoeken. Streven was om minimaal 200 enquêtes per dag af te nemen, net als voorgaande jaren.

Procesmatig gezien verliep zowel het onderzoek alsmede de dataverzameling goed. Het uitvoeren van het onderzoek stond los van de dataverzameling. Op deze manier kwamen wij als studenten niet in tijdnood en kon er ‘gewoon’ met het onderzoek worden begonnen. Na het opstellen van een schema was het voor ieder duidelijk wie wanneer welke stad zou bezoeken. De dataverzameling ging niet altijd even vlekkeloos, soms speelde het weer parten wat er toe leidde dat er in Wijchen een hoge non-respons was en er vervolgens nog een keer op een doordeweekse dag teruggekomen moest worden om aan de minimale hoeveelheid enquêtes te komen. Daarnaast was er, in mijn eigen beleving, een verschil merkbaar in de bereidheid voor het afnemen van een enquête tussen de verschillende steden. Zo lag in sommige steden de non-respons voor het invullen van een enquête veel hoger dan in een andere stad. De mondelinge, face-to-face vorm van afnemen van de vragenlijsten beviel relatief goed. Een kritische noot moet gemaakt worden met betrekking tot het geven van sociaal wenselijke antwoorden op bepaalde vragen: sommige respondenten vinden het niet fijn om naar inkomen, opleidingsniveau of postcode gevraagd te worden. Hierbij kunnen dan soms sociaal wenselijke antwoorden gegeven worden, of soms helemaal geen. Dit zou eventuele onderzoeksdata kunnen hebben beïnvloed, maar verwacht wordt dat dit geen grote invloed heeft gehad.

Tot slot is het nog noemenswaardig om te stellen dat het schrijven van een scriptie ten tijde van covid-19 restricties niet altijd gemakkelijk is geweest. Na anderhalf jaar geen fysiek college te hebben gehad en onderwijs te hebben genoten vanuit ‘thuis’ c.q. ‘studentenkamer’ is het soms moeilijk om de motivatie op te brengen. In een normale situatie zie je je medestudenten regelmatig en kun je met elkaar sparren over bepaalde onderwerpen, dit was nu ook amper mogelijk. Desondanks ben ik als onderzoeker er van overtuigd dat dit onderzoek goed uit de verf is gekomen en z’n steentje bijdraagt aan de reeds bestaande kennis op het gebied van bezoekmotieven van bezoekers in middelgrote steden.

# Literatuurlijst

- Baarda, B., de Goede, M. & van Dijkum, C. (2011). *Basisboek Statistiek met SPSS*. Noordhoff Uitgevers: Groningen/Houten
- CBS. (2020). *Bevolking; kerncijfers*. Retrieved from: <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/37296NED/table?fromstatweb>
- De Vocht, A. (2019). *Basishandboek SPSS 26*. Bijleveld Press: Utrecht
- DTNP. (2020). *PBL-rapport biedt ook nuance: maatwerk nodig per centrumgebied*. Retrieved from <http://www.dtnp.nl/nieuws/?viewnieuwsitem=1&id=447>
- DTNP. (2020). *Kiezen of delen: beleid op maat voor perifere detailhandel*. Retrieved from <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Yjnb8YiHY2gJ:https://www.dtnp.nl/kennisbank/publicaties/download.php%3Ffile%3DDTNP-Kiezen%2520of%2520delen.pdf+%cd=4&hl=nl&ct=clnk&gl=nl>
- DTNP. (November, 2018). *Middelgrote centra steeds meer een lokale functie*. Retrieved from <http://www.dtnp.nl/nieuws/?viewnieuwsitem=1&id=345>
- Field, A. (2017). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Sage Publications Ltd: Londen
- Gemeente Doetinchem. (2018). *Coalitie agenda 2018-2022: Doetinchem werkt samen aan een duurzame toekomst*. Retrieved from: [https://www.doetinchem.nl/\\_flysystem/media/coalitieagenda-doetinchem-werkt-samen-aan-een-duurzame-toekomst-ii.pdf](https://www.doetinchem.nl/_flysystem/media/coalitieagenda-doetinchem-werkt-samen-aan-een-duurzame-toekomst-ii.pdf)
- Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity*. Massachusetts: Blackwell
- Huff, D. (1964). *Defining and estimating a trading area*. Journal of marketing, Vol 28, no 3. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/1249154>
- Leeuwen, E. S. v., & Rietveld, P. (2010). *Spatial consumer behaviour in small and medium-sized towns. Regional Studies*, 1-40. <https://doi.org/10.1080/0034340100371340>
- Janssen, K. (2016). *Bezoekmotieven in middelgrote winkelsteden; Een onderzoek naar de meest geschikte (omgevings)factoren om de bezoekersmotieven in middelgrote winkelsteden te optimaliseren*. (Bachelor's thesis). Retrieved from <https://theses.ubn.ru.nl/handle/123456789/1980>
- Molenaar, C. (2009). *Het nieuwe winkelen*. Pearson Education Benelux: Amsterdam
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2015). *De veerkrachtige binnenstad (1667)*. Uitgeverij PBL. Geraadpleegd van [https://www.pbl.nl/sites/default/files/downloads/pbl\\_2015\\_de\\_veerkrachtige\\_binnenstad\\_1667a.pdf](https://www.pbl.nl/sites/default/files/downloads/pbl_2015_de_veerkrachtige_binnenstad_1667a.pdf)
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2020). *Veerkracht op de proef gesteld (4288)*. Uitgeverij PBL. Geraadpleegd van [https://www.pbl.nl/sites/default/files/downloads/pbl-2020-veerkracht-op-de-proef-gesteld-4288\\_0.pdf](https://www.pbl.nl/sites/default/files/downloads/pbl-2020-veerkracht-op-de-proef-gesteld-4288_0.pdf)
- Reutterer, T., & Teller, C. (2009). *Store format choice and shopping trip types*. International Journal of Retail & Distribution Management, 37(8), 695-710.
- Van Aalst, I. (1997). *Cultuur in de stad*. (Doctoral dissertation of Master's thesis). Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/46641782\\_Cultuur\\_in\\_de\\_stad\\_over\\_de\\_rol\\_van\\_culturele\\_voorzieningen\\_in\\_de\\_ontwikkeling\\_van\\_stadscentra](https://www.researchgate.net/publication/46641782_Cultuur_in_de_stad_over_de_rol_van_culturele_voorzieningen_in_de_ontwikkeling_van_stadscentra)
- Van Baren, B. (2020). *Flitsbezoek of dagje uit?* Geraadpleegd van [https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/9845/Baren%2c\\_Bram\\_van\\_1.pdf?sequence=1](https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/9845/Baren%2c_Bram_van_1.pdf?sequence=1)

- Ven, C. van de (1989), *Het museumgebouw, planning en ontwerp*. In: C. van de Ven & B. Martens (red.), *Museumarchitectuur*. Rotterdam: Uitgeverij 010.
- Vennix, J. (2016). *Onderzoeks- en interventie methodologie*. Radboud Universiteit: Nijmegen.
- Verschuuren, P. & Doorewaard, H. (2015). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Boom uitgevers: Amsterdam
- Meurs, L. (2018). *De functionele binnenstad. Een onderzoek naar de relatie tussen het bezoeks-motief en het bezoekgedrag van de consument in de middelgrote stadscentra van Nederland*. (Bachelor's thesis). Retrieved from <https://theses.ubn.ru.nl/handle/123456789/7473>
- Neelis, I. (2018). *Bezoeks-motieven: autonoom of toch beïnvloedbaar? Een kwantitatief onderzoek naar het effect van de waardering van bezoekers van middelgrote binnensteden op hun bezoeks-motief*. (Bachelor's thesis). Retrieved from <https://theses.ubn.ru.nl/handle/123456789/7397>
- Reilly, W. (1931). *The Law of Retail Gravitation*. New York: Pilsbury
- Wolters, G. (2017). *Een onderzoek naar bezoeks-motief en reikwijdte in de middelgrote stad; Welke afstand is de consument bereid af te leggen naar de middelgrote stad?* (Bachelor's thesis). Retrieved from <https://theses.ubn.ru.nl/handle/123456789/5812>
- Zandbergen, G. (2018). *Hoe nu verder met de middelgrote stad?* Geraadpleegd van: <https://locatus.com/blog/hoe-nu-verder-met-de-middelgrote-stad/>

# Bijlagen

## Bijlage A: Enquête veldwerk

|    |    |
|----|----|
| vj | mj |
| vo | mo |

Datum: 16 / 06 / 2021  
Opmerking .....  
Weer:.....

**1. Welke winkels of voorzieningen heeft u bezocht?**  
(functie/branche + naam noteren. Ongeacht iets uitgegeven)

.....

.....

.....

**2. Wat is de reden dat u nu naar het centrum bent gekomen?** → **3. Duur van dit centrumbezoek**  
..... min

**4. Vervoermiddel:** te voet / fiets / auto / ov / .....  
Indien met fiets: 1x geplaatst in centrale stalling / 1x geplaatst voor winkel / tussentijds verplaatst aan de hand / fietsend

**5. Uitgaven bezoek:** € ..... winkels / € ..... horeca / € ..... diensten/ambachten / € ..... overig

**6a. Hoe vaak bezocht u gemiddeld het centrum tijdens de harde lockdown?**  
..... x per dag / week / maand / jaar

**6b. Hoe vaak bezocht u gemiddeld het centrum de laatste weken/sinds versoepelingen?**  
..... x per dag / week / maand / jaar

**6c. Als de beperkende coronamaatregelen geheel afgeschaft zijn: hoe vaak verwacht u dan het centrum bezoeken (+ toelichting)**  
..... x per dag / week / maand / jaar

**7. Rapportcijfers**

|                    |       |                |       |                   |       |                      |       |
|--------------------|-------|----------------|-------|-------------------|-------|----------------------|-------|
| Centrum geheel     | ..... | Diversiteit    | ..... | Kwaliteit winkels | ..... | Aanbod horeca        | ..... |
| Uitstraling panden | ..... | Etalages       | ..... | Netheid straat    | ..... | Inrichting straat    | ..... |
| Gezelligheid       | ..... | Bereikbaarheid | ..... | Parkeren          | ..... | Lengte winkelcircuit | ..... |

**8a. Leeftijd:** ..... jaar      **geslacht:** M / V      **8b. Postcode (/Woonplaats):** .....

**8c. Opleidingsniveau:** Lager / v(m)bo - mavo / havo / vwo / mbo / hbo / wo

**8d. Maandinkomen huishouden:** laag (< € 1.700) / midden (€ 1.700-4.000) / hoog (> 4.000)

## Bijlage B: Output SPSS beschrijvende statistiek

### Kruistabel bezoeks frequentie

| Bezoekfrequentie per jaar * Geslacht van de respondent |          |      |                |              |
|--------------------------------------------------------|----------|------|----------------|--------------|
| Bezoekfrequentie per jaar                              |          |      |                |              |
| Geslacht van de respondent                             | Mean     | N    | Std. Deviation | % of Total N |
| Man                                                    | 117,7784 | 1358 | 120,29956      | 34,8%        |
| Vrouw                                                  | 113,2578 | 2539 | 106,30964      | 65,2%        |
| Total                                                  | 114,8331 | 3897 | 111,38983      | 100,0%       |

Tabel 1. Bezoekfrequentie x geslacht

| Bezoekfrequentie per jaar * Inkomen van de respondent |          |      |                |              |
|-------------------------------------------------------|----------|------|----------------|--------------|
| Bezoekfrequentie per jaar                             |          |      |                |              |
| Inkomen van de respondent                             | Mean     | N    | Std. Deviation | % of Total N |
| Laag                                                  | 143,7830 | 622  | 126,50613      | 16,0%        |
| Midden                                                | 113,6747 | 2271 | 109,80070      | 58,3%        |
| Hoog                                                  | 99,5184  | 1004 | 101,21220      | 25,8%        |
| Total                                                 | 114,8331 | 3897 | 111,38983      | 100,0%       |

Tabel 2. Bezoekfrequentie x inkomen

### Kruistabellen tijdverblijf

| Duur van het bezoek * Geslacht van de respondent |       |      |                |              |
|--------------------------------------------------|-------|------|----------------|--------------|
| Duur van het bezoek                              |       |      |                |              |
| Geslacht van de respondent                       | Mean  | N    | Std. Deviation | % of Total N |
| Man                                              | 55,59 | 1358 | 41,553         | 34,8%        |
| Vrouw                                            | 60,65 | 2539 | 42,309         | 65,2%        |
| Total                                            | 58,89 | 3897 | 42,111         | 100,0%       |

Tabel 3. Tijdverblijf \* geslacht

| Duur van het bezoek * Inkomen van de respondent |       |      |                |              |
|-------------------------------------------------|-------|------|----------------|--------------|
| Duur van het bezoek                             |       |      |                |              |
| Inkomen van de respondent                       | Mean  | N    | Std. Deviation | % of Total N |
| Laag                                            | 56,89 | 622  | 41,460         | 16,0%        |
| Midden                                          | 59,19 | 2271 | 42,302         | 58,3%        |
| Hoog                                            | 59,44 | 1004 | 42,086         | 25,8%        |
| Total                                           | 58,89 | 3897 | 42,111         | 100,0%       |

Tabel 4. Tijdverblijf x inkomen

## Kruistabellen uitgaven

| Bestedingen in euro's in bezochte verkooppunts en voorzieningen * Geslacht van de respondent |         |      |                |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------|----------------|--------------|
| Bestedingen in euro's in bezochte verkooppunts en voorzieningen                              |         |      |                |              |
| Geslacht van de respondent                                                                   | Mean    | N    | Std. Deviation | % of Total N |
| Man                                                                                          | 34,4053 | 1358 | 36,36934       | 34,8%        |
| Vrouw                                                                                        | 38,8231 | 2539 | 38,36692       | 65,2%        |
| Total                                                                                        | 37,2836 | 3897 | 37,73693       | 100,0%       |

Tabel 5. Uitgaven x geslacht

| Bestedingen in euro's in bezochte verkooppunts en voorzieningen * Opleidingsniveau van de respondent |         |      |                |              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------|----------------|--------------|
| Bestedingen in euro's in bezochte verkooppunts en voorzieningen                                      |         |      |                |              |
| Opleidingsniveau van de respondent                                                                   | Mean    | N    | Std. Deviation | % of Total N |
| Lager                                                                                                | 22,2492 | 133  | 27,43941       | 3,4%         |
| V(M)BO-MAVO                                                                                          | 34,0550 | 534  | 36,88409       | 13,7%        |
| HAVO                                                                                                 | 40,3681 | 199  | 41,55209       | 5,1%         |
| VWO                                                                                                  | 30,0833 | 96   | 30,58506       | 2,5%         |
| MBO                                                                                                  | 37,6297 | 1046 | 37,98271       | 26,8%        |
| HBO                                                                                                  | 39,7461 | 1385 | 37,74425       | 35,5%        |
| WO                                                                                                   | 37,3403 | 504  | 38,93859       | 12,9%        |
| Total                                                                                                | 37,2836 | 3897 | 37,73693       | 100,0%       |

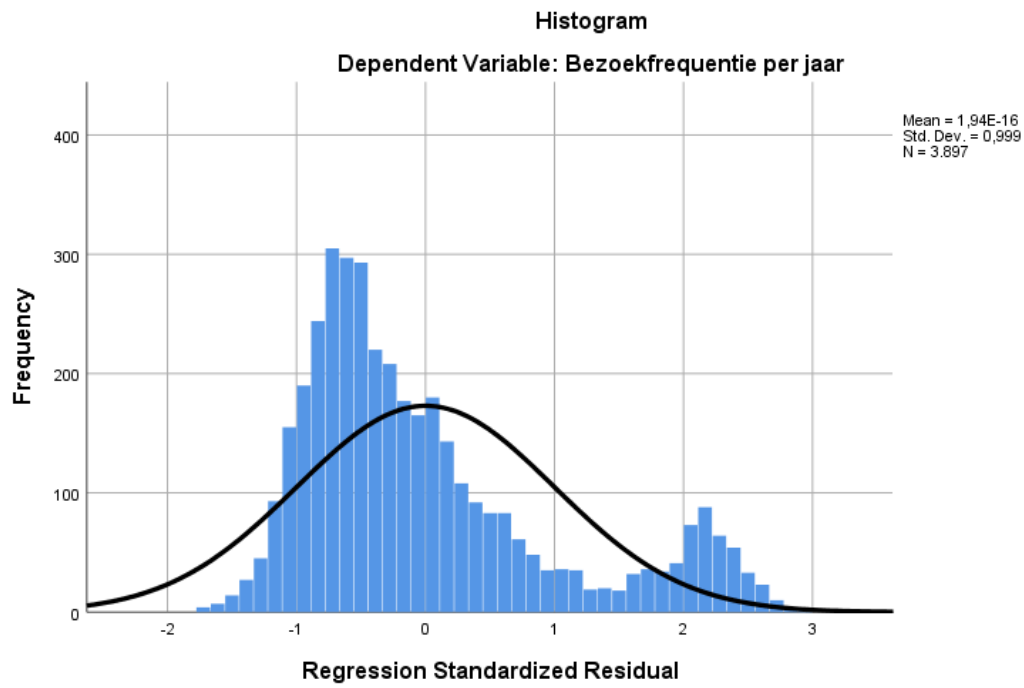
Tabel 6. Uitgaven x opleidingsniveau

| Bestedingen in euro's in bezochte verkooppunts en<br>voorzieningen * Inkomen van de respondent |         |      |                   |                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------|-------------------|-----------------|
| Bestedingen in euro's in bezochte verkooppunts en voorzieningen                                |         |      |                   |                 |
| Inkomen van de<br>respondent                                                                   | Mean    | N    | Std.<br>Deviation | % of Total<br>N |
| Laag                                                                                           | 25,4635 | 622  | 31,35009          | 16,0%           |
| Midden                                                                                         | 37,8936 | 2271 | 37,54588          | 58,3%           |
| Hoog                                                                                           | 43,2267 | 1004 | 40,12258          | 25,8%           |
| Total                                                                                          | 37,2836 | 3897 | 37,73693          | 100,0%          |

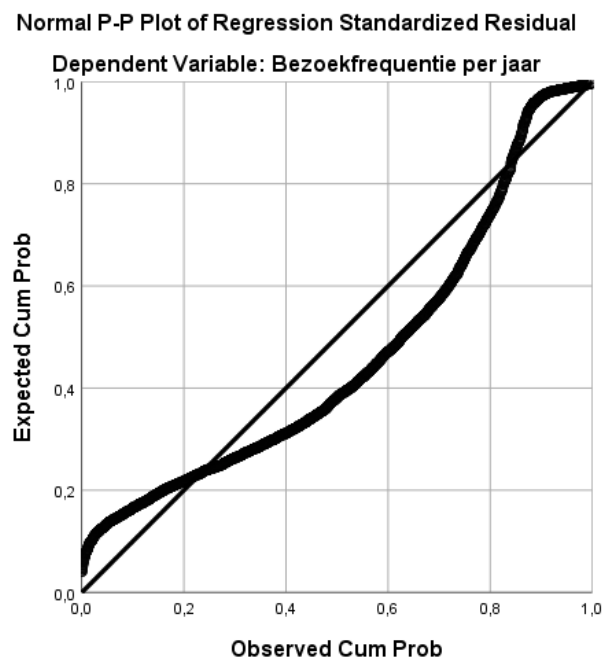
Tabel 7. Uitgaven x inkomen

## Bijlage C: Output SPSS toetsende statistiek

### Verdeling afhankelijke variabele bezoekfrequentie vóór logaritmische transformatie

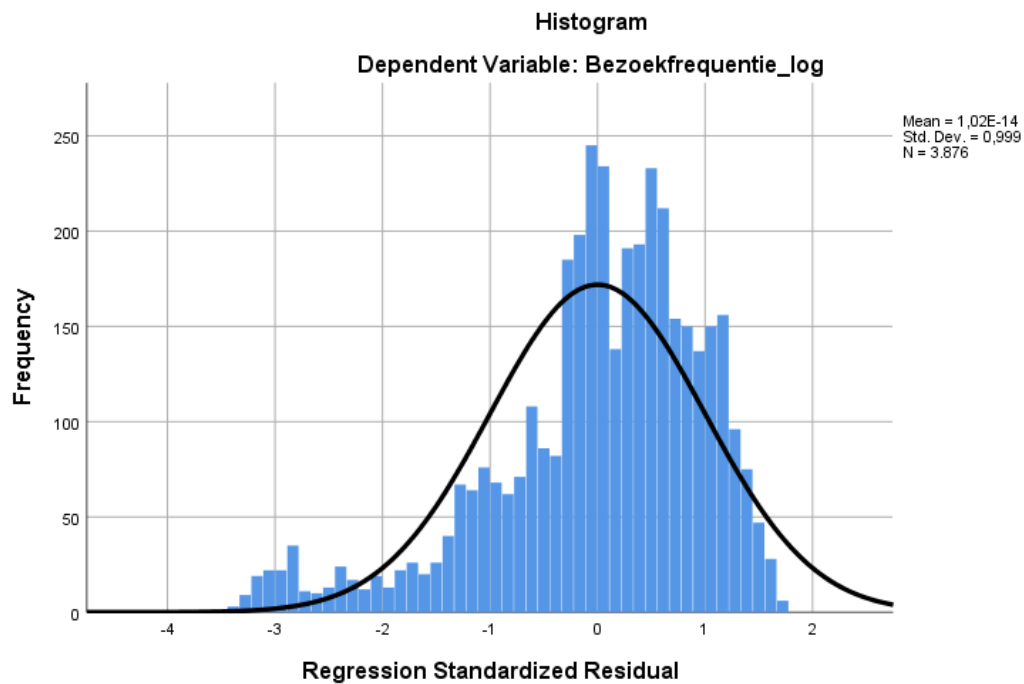


Figuur 1. Verdeling afhankelijke variabele bezoekfrequentie

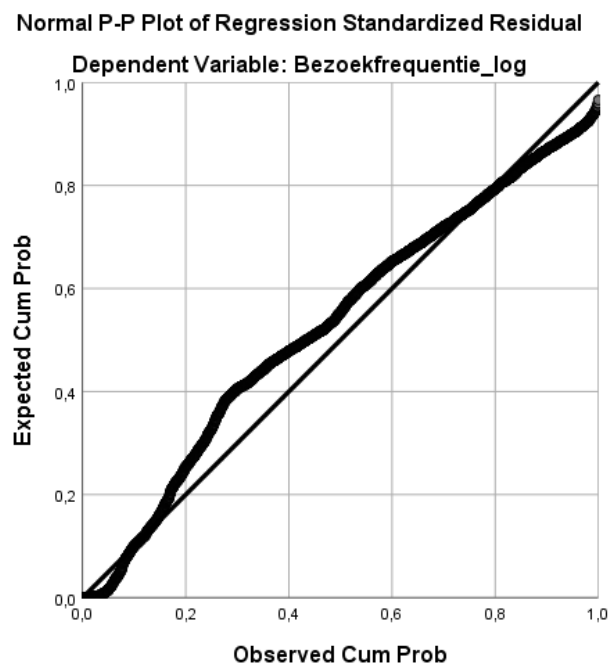


Figuur 2. Plot variabele bezoekfrequentie

## Verdeling afhankelijke variabele bezoekfrequentie na logaritmische transformatie



Figuur 3. Verdeling afhankelijke variabele bezoekfrequentie na logaritmisch transformeren



Figuur 4. Plot variabele bezoekfrequentie na logaritmische transformatie

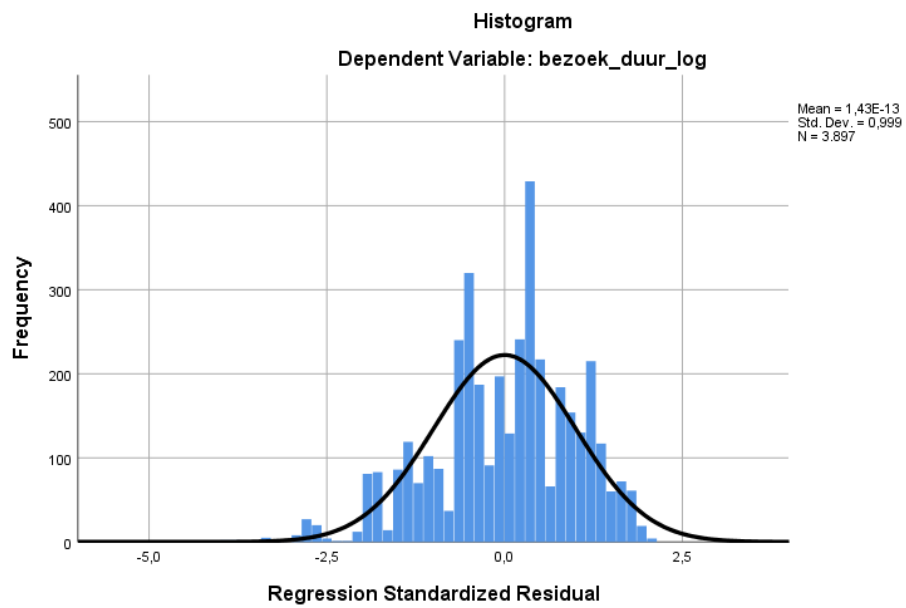
| Correlations                  |                                     |                          |                       |                       |                                     |                                         |                                    |                                   |                                   |                                  |                       |                                  |
|-------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------|----------------------------------|
|                               |                                     | Bezoekfreque<br>ntie_log | dummy_inko<br>menlaag | dummy_inko<br>menhoog | dummy_oplei<br>dingsniveauL<br>ager | dummy_oplei<br>dingsniveauV<br>MBO_MAVO | dummy_oplei<br>dingsniveauH<br>AVO | dummy_oplei<br>dingsniveauV<br>WO | dummy_oplei<br>dingsniveauM<br>BO | dummy_oplei<br>dingsniveau<br>WO | dummy_gesl<br>achtMAN | Leeftijd van<br>de<br>respondent |
| Pearson Correlation           | Bezoekfrequentie_log                | 1,000                    | ,068                  | -,067                 | ,049                                | ,058                                    | ,024                               | -,021                             | ,004                              | -,055                            | -,043                 | ,148                             |
|                               | dummy_inkomenlaag                   | ,068                     | 1,000                 | -,256                 | ,200                                | ,129                                    | -,005                              | ,021                              | ,011                              | -,002                            | ,006                  | -,035                            |
|                               | dummy_inkomenhoog                   | -,067                    | -,256                 | 1,000                 | -,101                               | -,165                                   | -,053                              | -,033                             | -,191                             | ,288                             | ,081                  | -,069                            |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | ,049                     | ,200                  | -,101                 | 1,000                               | -,075                                   | -,044                              | -,030                             | -,114                             | -,073                            | -,034                 | ,147                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | ,058                     | ,129                  | -,165                 | -,075                               | 1,000                                   | -,092                              | -,063                             | -,241                             | -,154                            | -,071                 | ,229                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | ,024                     | -,005                 | -,053                 | -,044                               | -,092                                   | 1,000                              | -,037                             | -,140                             | -,089                            | -,039                 | ,005                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | -,021                    | ,021                  | -,033                 | -,030                               | -,063                                   | -,037                              | 1,000                             | -,096                             | -,061                            | ,026                  | -,071                            |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | ,004                     | ,011                  | -,191                 | -,114                               | -,241                                   | -,140                              | -,096                             | 1,000                             | -,233                            | -,013                 | ,016                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uWO        | -,055                    | -,002                 | ,288                  | -,073                               | -,154                                   | -,089                              | -,061                             | -,233                             | 1,000                            | ,088                  | -,183                            |
|                               | dummy_geslachtMAN                   | -,043                    | ,006                  | ,081                  | -,034                               | -,071                                   | -,039                              | ,026                              | -,013                             | ,088                             | 1,000                 | -,001                            |
| Leeftijd van de<br>respondent | ,148                                | -,035                    | -,069                 | ,147                  | ,229                                | ,005                                    | -,071                              | ,016                              | -,183                             | -,001                            | 1,000                 |                                  |
| Sig. (1-tailed)               | Bezoekfrequentie_log                | .                        | ,000                  | ,000                  | ,001                                | ,000                                    | ,064                               | ,094                              | ,399                              | ,000                             | ,004                  | ,000                             |
|                               | dummy_inkomenlaag                   | ,000                     | .                     | ,000                  | ,000                                | ,000                                    | ,370                               | ,095                              | ,251                              | ,441                             | ,355                  | ,015                             |
|                               | dummy_inkomenhoog                   | ,000                     | ,000                  | .                     | ,000                                | ,000                                    | ,000                               | ,021                              | ,000                              | ,000                             | ,000                  | ,000                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | ,001                     | ,000                  | ,000                  | .                                   | ,000                                    | ,003                               | ,031                              | ,000                              | ,000                             | ,018                  | ,000                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | ,000                     | ,000                  | ,000                  | ,000                                | .                                       | ,000                               | ,000                              | ,000                              | ,000                             | ,000                  | ,000                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | ,064                     | ,370                  | ,000                  | ,003                                | ,000                                    | .                                  | ,011                              | ,000                              | ,000                             | ,007                  | ,368                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | ,094                     | ,095                  | ,021                  | ,031                                | ,000                                    | ,011                               | .                                 | ,000                              | ,000                             | ,050                  | ,000                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | ,399                     | ,251                  | ,000                  | ,000                                | ,000                                    | ,000                               | ,000                              | .                                 | ,000                             | ,204                  | ,153                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uWO        | ,000                     | ,441                  | ,000                  | ,000                                | ,000                                    | ,000                               | ,000                              | ,000                              | .                                | ,000                  | ,000                             |
|                               | dummy_geslachtMAN                   | ,004                     | ,355                  | ,000                  | ,018                                | ,000                                    | ,007                               | ,050                              | ,204                              | ,000                             | .                     | ,481                             |
| Leeftijd van de<br>respondent | ,000                                | ,015                     | ,000                  | ,000                  | ,000                                | ,368                                    | ,000                               | ,153                              | ,000                              | ,481                             | .                     |                                  |
| N                             | Bezoekfrequentie_log                | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
|                               | dummy_inkomenlaag                   | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
|                               | dummy_inkomenhoog                   | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
|                               | dummy_opleidingsnivea<br>uWO        | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
|                               | dummy_geslachtMAN                   | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  | 3876                             |
| Leeftijd van de<br>respondent | 3876                                | 3876                     | 3876                  | 3876                  | 3876                                | 3876                                    | 3876                               | 3876                              | 3876                              | 3876                             | 3876                  |                                  |

Tabel 1. Correlatietabel afhankelijke variabele bezoekfrequentie met alle onafhankelijke variabelen

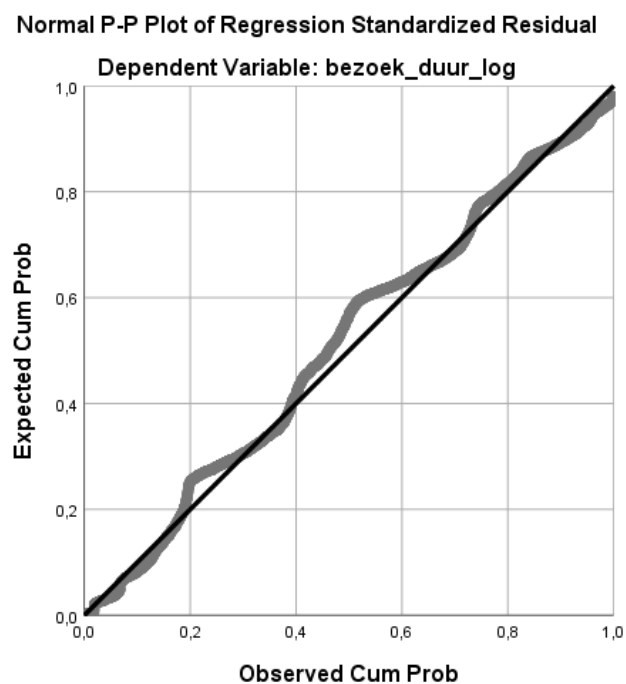
| Coefficients <sup>a</sup> |                                     |                         |       |
|---------------------------|-------------------------------------|-------------------------|-------|
| Model                     |                                     | Collinearity Statistics |       |
|                           |                                     | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | dummy_inkomenlaag                   | ,878                    | 1,139 |
|                           | dummy_inkomenhoog                   | ,803                    | 1,245 |
|                           | dummy_opleidingsniveau<br>Lager     | ,884                    | 1,131 |
|                           | dummy_opleidingsniveau<br>VMBO_MAVO | ,780                    | 1,282 |
|                           | dummy_opleidingsniveau<br>HAVO      | ,909                    | 1,100 |
|                           | dummy_opleidingsniveau<br>VWO       | ,952                    | 1,051 |
|                           | dummy_opleidingsniveau<br>MBO       | ,738                    | 1,356 |
|                           | dummy_opleidingsniveau<br>WO        | ,805                    | 1,243 |
|                           | dummy_geslachtVROUW                 | ,982                    | 1,018 |
|                           |                                     |                         |       |

Tabel 2. Test op multicollineariteit afhankelijke variabele bezoekfrequentie

## Verdeling afhankelijke variabele tijdverblijf



Figuur 5. Verdeling afhankelijke variabele tijdverblijf na logaritmisch transformeren



Figuur 6. Plot variabele tijdverblijf na logaritmische transformatie

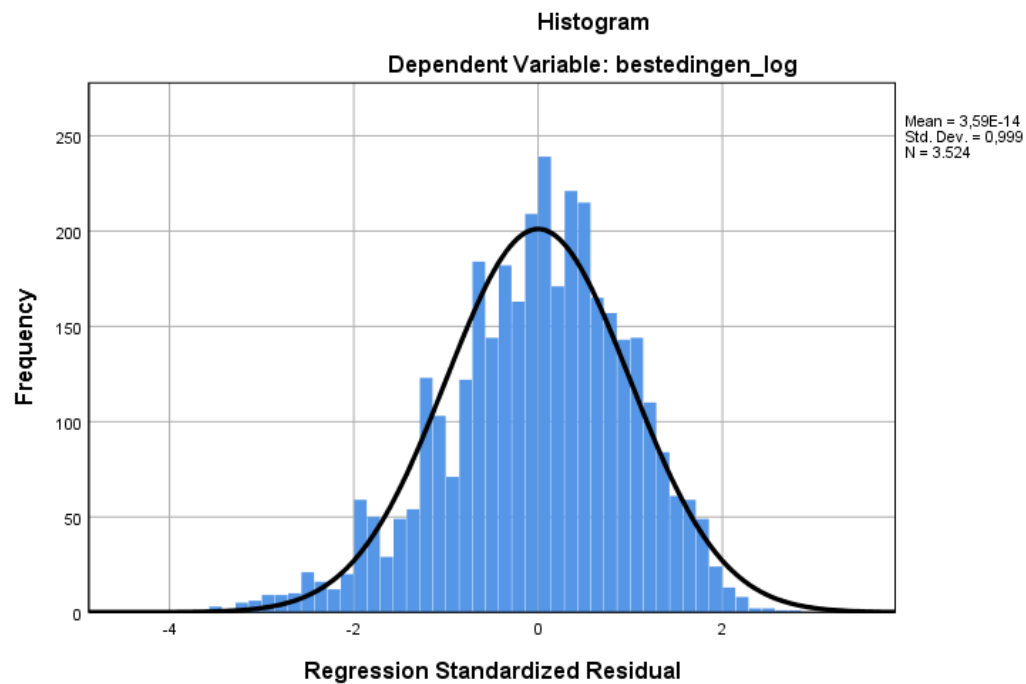
| Correlations        |                                     |                 |                        |                        |                                     |                                         |                                    |                                   |                                   |                                  |                       |                                  |
|---------------------|-------------------------------------|-----------------|------------------------|------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------|----------------------------------|
|                     |                                     | bezoek_duur_log | dummy_inkom<br>menlaag | dummy_inkom<br>menhoog | dummy_oplei<br>dingsniveauL<br>ager | dummy_oplei<br>dingsniveauV<br>MBO_MAVO | dummy_oplei<br>dingsniveauH<br>AVO | dummy_oplei<br>dingsniveauV<br>WO | dummy_oplei<br>dingsniveauM<br>BO | dummy_oplei<br>dingsniveau<br>WO | dummy_gesl<br>achtMAN | Leeftijd van<br>de<br>respondent |
| Pearson Correlation | bezoek_duur_log                     | 1,000           | -,025                  | ,008                   | -,018                               | ,002                                    | -,022                              | ,009                              | ,005                              | -,031                            | -,074                 | ,047                             |
|                     | dummy_inkomenlaag                   | -,025           | 1,000                  | -,257                  | ,200                                | ,132                                    | -,006                              | ,021                              | ,010                              | -,003                            | ,005                  | -,035                            |
|                     | dummy_inkomenhoog                   | ,008            | -,257                  | 1,000                  | -,101                               | -,165                                   | -,054                              | -,033                             | -,190                             | ,287                             | ,080                  | -,068                            |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | -,018           | ,200                   | -,101                  | 1,000                               | -,075                                   | -,044                              | -,030                             | -,114                             | -,072                            | -,034                 | ,147                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | ,002            | ,132                   | -,165                  | -,075                               | 1,000                                   | -,092                              | -,063                             | -,241                             | -,154                            | -,071                 | ,228                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | -,022           | -,006                  | -,054                  | -,044                               | -,092                                   | 1,000                              | -,037                             | -,141                             | -,089                            | -,040                 | ,005                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | ,009            | ,021                   | -,033                  | -,030                               | -,063                                   | -,037                              | 1,000                             | -,096                             | -,061                            | ,026                  | -,071                            |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | ,005            | ,010                   | -,190                  | -,114                               | -,241                                   | -,141                              | -,096                             | 1,000                             | -,233                            | -,012                 | ,017                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uWO        | -,031           | -,003                  | ,287                   | -,072                               | -,154                                   | -,089                              | -,061                             | -,233                             | 1,000                            | ,089                  | -,181                            |
|                     | dummy_geslachtMAN                   | -,074           | ,005                   | ,080                   | -,034                               | -,071                                   | -,040                              | ,026                              | -,012                             | ,089                             | 1,000                 | ,000                             |
|                     | Leeftijd van de<br>respondent       | ,047            | -,035                  | -,068                  | ,147                                | ,228                                    | ,005                               | -,071                             | ,017                              | -,181                            | ,000                  | 1,000                            |
| Sig. (1-tailed)     | bezoek_duur_log                     | .               | ,060                   | ,308                   | ,128                                | ,441                                    | ,081                               | ,283                              | ,372                              | ,028                             | ,000                  | ,002                             |
|                     | dummy_inkomenlaag                   | ,060            | .                      | ,000                   | ,000                                | ,000                                    | ,363                               | ,093                              | ,275                              | ,425                             | ,383                  | ,015                             |
|                     | dummy_inkomenhoog                   | ,308            | ,000                   | .                      | ,000                                | ,000                                    | ,000                               | ,020                              | ,000                              | ,000                             | ,000                  | ,000                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | ,128            | ,000                   | ,000                   | .                                   | ,000                                    | ,003                               | ,031                              | ,000                              | ,000                             | ,018                  | ,000                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | ,441            | ,000                   | ,000                   | ,000                                | .                                       | ,000                               | ,000                              | ,000                              | ,000                             | ,000                  | ,000                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | ,081            | ,363                   | ,000                   | ,003                                | ,000                                    | .                                  | ,011                              | ,000                              | ,000                             | ,006                  | ,372                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | ,283            | ,093                   | ,020                   | ,031                                | ,000                                    | ,011                               | .                                 | ,000                              | ,000                             | ,051                  | ,000                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | ,372            | ,275                   | ,000                   | ,000                                | ,000                                    | ,000                               | ,000                              | .                                 | ,000                             | ,236                  | ,148                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uWO        | ,028            | ,425                   | ,000                   | ,000                                | ,000                                    | ,000                               | ,000                              | ,000                              | .                                | ,000                  | ,000                             |
|                     | dummy_geslachtMAN                   | ,000            | ,383                   | ,000                   | ,018                                | ,000                                    | ,006                               | ,051                              | ,236                              | ,000                             | .                     | ,490                             |
| N                   | Leeftijd van de<br>respondent       | ,002            | ,015                   | ,000                   | ,000                                | ,000                                    | ,372                               | ,000                              | ,148                              | ,000                             | ,490                  | .                                |
|                     | bezoek_duur_log                     | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | dummy_inkomenlaag                   | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | dummy_inkomenhoog                   | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uWO        | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | dummy_geslachtMAN                   | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |
|                     | Leeftijd van de<br>respondent       | 3897            | 3897                   | 3897                   | 3897                                | 3897                                    | 3897                               | 3897                              | 3897                              | 3897                             | 3897                  | 3897                             |

Tabel 3. Correlatietabel afhankelijke variabele tijdverblijf met alle onafhankelijke variabelen

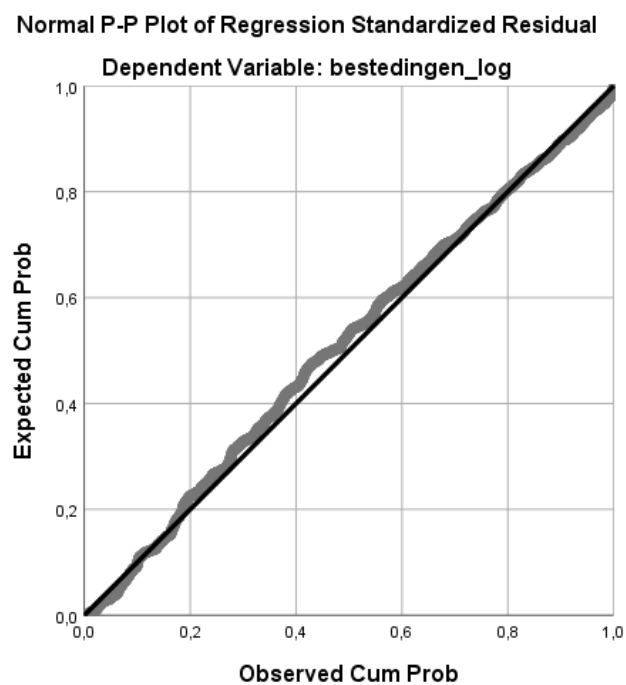
| Coefficients <sup>a</sup>              |                                     |                         |       |
|----------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|-------|
| Model                                  |                                     | Collinearity Statistics |       |
|                                        |                                     | Tolerance               | VIF   |
| 1                                      | dummy_geslachtMAN                   | ,981                    | 1,020 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>WO        | ,795                    | 1,258 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>MBO       | ,734                    | 1,363 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>VWO       | ,949                    | 1,053 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>HAVO      | ,908                    | 1,101 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>VMBO_MAVO | ,735                    | 1,361 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>Lager     | ,853                    | 1,172 |
|                                        | dummy_inkomenhoog                   | ,803                    | 1,245 |
|                                        | dummy_inkomenlaag                   | ,869                    | 1,151 |
|                                        | Leeftijd van de respondent          | ,884                    | 1,132 |
| a. Dependent Variable: bezoek_duur_log |                                     |                         |       |

Tabel 4. Test op multicollineariteit afhankelijke variabele tijdverblijf

## Verdeling afhankelijke variabele uitgaven\_log



Figuur 7. Verdeling afhankelijke variabele uitgaven na logaritmisches transformeren



Figuur 8. Plot variabele uitgaven na logaritmische transformatie

| Correlations        |                                     |                     |                                  |                       |                       |                                     |                                         |                                    |                                    |                                   |                                   |                       |
|---------------------|-------------------------------------|---------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|
|                     |                                     | bestedingen_<br>log | Leeftijd van<br>de<br>respondent | dummy_inko<br>menlaag | dummy_inko<br>menhoog | dummy_oplei<br>dingsniveauL<br>ager | dummy_oplei<br>dingsniveauV<br>MBO_MAVO | dummy_oplei<br>dingsniveauH<br>AVO | dummy_oplei<br>dingsniveauV<br>WVO | dummy_oplei<br>dingsniveauM<br>BO | dummy_oplei<br>dingsniveau<br>WVO | dummy_gesl<br>achtMAN |
| Pearson Correlation | bestedingen_log                     | 1,000               | -,014                            | -,170                 | ,102                  | -,068                               | -,035                                   | ,013                               | -,041                              | ,009                              | -,018                             | -,050                 |
|                     | Leeftijd van de respondent          | -,014               | 1,000                            | -,038                 | -,073                 | ,130                                | ,233                                    | ,016                               | -,063                              | ,016                              | -,188                             | ,001                  |
|                     | dummy_inkomenlaag                   | -,170               | -,038                            | 1,000                 | -,251                 | ,164                                | ,141                                    | -,012                              | ,023                               | ,011                              | ,008                              | -,011                 |
|                     | dummy_inkomenhoog                   | ,102                | -,073                            | -,251                 | 1,000                 | -,093                               | -,164                                   | -,055                              | -,038                              | -,192                             | ,284                              | ,083                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | -,068               | ,130                             | ,164                  | -,093                 | 1,000                               | -,069                                   | -,041                              | -,027                              | -,106                             | -,068                             | -,041                 |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | -,035               | ,233                             | ,141                  | -,164                 | -,069                               | 1,000                                   | -,092                              | -,062                              | -,239                             | -,152                             | -,066                 |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | ,013                | ,016                             | -,012                 | -,055                 | -,041                               | -,092                                   | 1,000                              | -,036                              | -,141                             | -,090                             | -,038                 |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | -,041               | -,063                            | ,023                  | -,038                 | -,027                               | -,062                                   | -,036                              | 1,000                              | -,095                             | -,060                             | ,025                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | ,009                | ,016                             | ,011                  | -,192                 | -,106                               | -,239                                   | -,141                              | -,095                              | 1,000                             | -,233                             | -,013                 |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uWVO       | -,018               | -,188                            | ,008                  | ,284                  | -,068                               | -,152                                   | -,090                              | -,060                              | -,233                             | 1,000                             | ,081                  |
|                     | dummy_geslachtMAN                   | -,050               | ,001                             | -,011                 | ,083                  | -,041                               | -,066                                   | -,038                              | ,025                               | -,013                             | ,081                              | 1,000                 |
| Sig. (1-tailed)     | bestedingen_log                     | .                   | ,202                             | ,000                  | ,000                  | ,000                                | ,019                                    | ,228                               | ,008                               | ,301                              | ,148                              | ,002                  |
|                     | Leeftijd van de respondent          | ,202                | .                                | ,013                  | ,000                  | ,000                                | ,000                                    | ,166                               | ,000                               | ,164                              | ,000                              | ,488                  |
|                     | dummy_inkomenlaag                   | ,000                | ,013                             | .                     | ,000                  | ,000                                | ,000                                    | ,236                               | ,089                               | ,261                              | ,323                              | ,255                  |
|                     | dummy_inkomenhoog                   | ,000                | ,000                             | ,000                  | .                     | ,000                                | ,000                                    | ,001                               | ,012                               | ,000                              | ,000                              | ,000                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | ,000                | ,000                             | ,000                  | ,000                  | .                                   | ,000                                    | ,008                               | ,052                               | ,000                              | ,000                              | ,007                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | ,019                | ,000                             | ,000                  | ,000                  | ,000                                | .                                       | ,000                               | ,000                               | ,000                              | ,000                              | ,000                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | ,228                | ,166                             | ,236                  | ,001                  | ,008                                | ,000                                    | .                                  | ,015                               | ,000                              | ,000                              | ,012                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | ,008                | ,000                             | ,089                  | ,012                  | ,052                                | ,000                                    | ,015                               | .                                  | ,000                              | ,000                              | ,069                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | ,301                | ,164                             | ,261                  | ,000                  | ,000                                | ,000                                    | ,000                               | ,000                               | .                                 | ,000                              | ,218                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uWVO       | ,148                | ,000                             | ,323                  | ,000                  | ,000                                | ,000                                    | ,000                               | ,000                               | ,000                              | .                                 | ,000                  |
|                     | dummy_geslachtMAN                   | ,002                | ,488                             | ,255                  | ,000                  | ,007                                | ,000                                    | ,012                               | ,069                               | ,218                              | ,000                              | .                     |
| N                   | bestedingen_log                     | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | Leeftijd van de respondent          | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | dummy_inkomenlaag                   | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | dummy_inkomenhoog                   | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | dummy_opleidingsnivea<br>uWVO       | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |
|                     | dummy_geslachtMAN                   | 3524                | 3524                             | 3524                  | 3524                  | 3524                                | 3524                                    | 3524                               | 3524                               | 3524                              | 3524                              | 3524                  |

Tabel 5. Correlatietabel afhankelijke variabele uitgaven met alle onafhankelijke variabelen

| Coefficients <sup>a</sup>              |                                     |                         |       |
|----------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|-------|
| Model                                  |                                     | Collinearity Statistics |       |
|                                        |                                     | Tolerance               | VIF   |
| 1                                      | Leeftijd van de respondent          | ,887                    | 1,128 |
|                                        | dummy_inkomenlaag                   | ,881                    | 1,135 |
|                                        | dummy_inkomenhoog                   | ,806                    | 1,241 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>Lager     | ,881                    | 1,135 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>VMBO_MAVO | ,741                    | 1,350 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>HAVO      | ,909                    | 1,100 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>VWO       | ,952                    | 1,050 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>MBO       | ,741                    | 1,350 |
|                                        | dummy_opleidingsniveau<br>WO        | ,797                    | 1,254 |
|                                        | dummy_geslachtMAN                   | ,982                    | 1,018 |
| a. Dependent Variable: bestedingen_log |                                     |                         |       |

Tabel 6. Test op multicollineariteit afhankelijke variabele uitgaven

## Multipale regressieanalyse afhankelijke variabele bezoekfrequentie

| Model Summary |                   |          |                   |                            |                 |          |     |      |               |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|----------|-----|------|---------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change | F Change | df1 | df2  | Sig. F Change |
| 1             | ,148 <sup>a</sup> | ,022     | ,022              | ,58612                     | ,022            | 87,340   | 1   | 3874 | ,000          |
| 2             | ,154 <sup>b</sup> | ,024     | ,023              | ,58566                     | ,002            | 7,200    | 1   | 3873 | ,007          |
| 3             | ,162 <sup>c</sup> | ,026     | ,024              | ,58536                     | ,002            | 1,651    | 6   | 3867 | ,129          |
| 4             | ,178 <sup>d</sup> | ,032     | ,029              | ,58395                     | ,005            | 10,333   | 2   | 3865 | ,000          |

a. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent

b. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN

c. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO

d. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO, dummy\_inkomenlaag, dummy\_inkomenhoog

Tabel 7. Model Summary multipale regressieanalyse bezoekfrequentie

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |      |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|------|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df   | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 24,176         | 1    | 24,176      | 67,205 | ,000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 1439,277       | 4001 | ,360        |        |                   |
|                    | Total      | 1463,453       | 4002 |             |        |                   |
| 2                  | Regression | 26,230         | 2    | 13,115      | 36,500 | ,000 <sup>c</sup> |
|                    | Residual   | 1437,223       | 4000 | ,359        |        |                   |
|                    | Total      | 1463,453       | 4002 |             |        |                   |
| 3                  | Regression | 28,700         | 8    | 3,588       | 9,987  | ,000 <sup>d</sup> |
|                    | Residual   | 1434,752       | 3994 | ,359        |        |                   |
|                    | Total      | 1463,453       | 4002 |             |        |                   |
| 4                  | Regression | 35,361         | 10   | 3,536       | 9,885  | ,000 <sup>e</sup> |
|                    | Residual   | 1428,091       | 3992 | ,358        |        |                   |
|                    | Total      | 1463,453       | 4002 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Bezoekfrequentie\_log

b. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent

c. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN

d. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO

e. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO, dummy\_inkomenlaag, dummy\_inkomenhoog

Tabel 8. ANOVA tabel multipale regressieanalyse bezoekfrequentie

| Coefficients <sup>a</sup> |                                 |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|---------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                           |                                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      |
| Model                     |                                 | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig. |
| 1                         | (Constant)                      | 1,529                       | ,029       |                           | 51,880 | ,000 |
|                           | Leeftijd van de respondent      | ,005                        | ,001       | ,148                      | 9,346  | ,000 |
| 2                         | (Constant)                      | 1,547                       | ,030       |                           | 51,164 | ,000 |
|                           | Leeftijd van de respondent      | ,005                        | ,001       | ,148                      | 9,351  | ,000 |
|                           | dummy_geslachtMAN               | -,053                       | ,020       | -,043                     | -2,683 | ,007 |
| 3                         | (Constant)                      | 1,557                       | ,033       |                           | 47,208 | ,000 |
|                           | Leeftijd van de respondent      | ,005                        | ,001       | ,133                      | 7,935  | ,000 |
|                           | dummy_geslachtMAN               | -,046                       | ,020       | -,037                     | -2,291 | ,022 |
|                           | dummy_opleidingsniveauLager     | ,102                        | ,054       | ,031                      | 1,899  | ,058 |
|                           | dummy_opleidingsniveauVMBO_MAVO | ,052                        | ,031       | ,030                      | 1,678  | ,094 |
|                           | dummy_opleidingsniveauHAVO      | ,071                        | ,045       | ,026                      | 1,592  | ,111 |
|                           | dummy_opleidingsniveauVWO       | -,026                       | ,062       | -,007                     | -,420  | ,675 |
|                           | dummy_opleidingsniveauMBO       | ,015                        | ,024       | ,012                      | ,640   | ,522 |
|                           | dummy_opleidingsniveauWO        | -,028                       | ,031       | -,016                     | -,921  | ,357 |
| 4                         | (Constant)                      | 1,552                       | ,034       |                           | 45,316 | ,000 |
|                           | Leeftijd van de respondent      | ,005                        | ,001       | ,141                      | 8,385  | ,000 |
|                           | dummy_geslachtMAN               | -,046                       | ,020       | -,037                     | -2,321 | ,020 |
|                           | dummy_opleidingsniveauLager     | ,036                        | ,056       | ,011                      | ,637   | ,524 |
|                           | dummy_opleidingsniveauVMBO_MAVO | ,015                        | ,032       | ,009                      | ,479   | ,632 |
|                           | dummy_opleidingsniveauHAVO      | ,054                        | ,045       | ,020                      | 1,198  | ,231 |
|                           | dummy_opleidingsniveauVWO       | -,046                       | ,062       | -,012                     | -,748  | ,454 |
|                           | dummy_opleidingsniveauMBO       | -,005                       | ,025       | -,004                     | -,206  | ,837 |
|                           | dummy_opleidingsniveauWO        | -,026                       | ,031       | -,015                     | -,817  | ,414 |
|                           | dummy_inkomenlaag               | ,101                        | ,027       | ,063                      | 3,683  | ,000 |
|                           | dummy_inkomenhoog               | -,043                       | ,024       | -,032                     | -1,787 | ,074 |

a. Dependent Variable: Bezoekfrequentie\_log

Tabel 9. Coëfficiënten tabel multiële regressieanalyse bezoekfrequentie

## Multipele regressieanalyse afhankelijke variabele tijdverblijf

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change | Change Statistics |     |      | Sig. F Change |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|-------------------|-----|------|---------------|
|       |                   |          |                   |                            |                 | F Change          | df1 | df2  |               |
| 1     | ,048 <sup>a</sup> | ,002     | ,002              | ,34614                     | ,002            | 9,330             | 1   | 3969 | ,002          |
| 2     | ,087 <sup>b</sup> | ,008     | ,007              | ,34527                     | ,005            | 20,924            | 1   | 3968 | ,000          |
| 3     | ,102 <sup>c</sup> | ,010     | ,008              | ,34504                     | ,003            | 1,871             | 6   | 3962 | ,082          |
| 4     | ,104 <sup>d</sup> | ,011     | ,008              | ,34506                     | ,000            | ,846              | 2   | 3960 | ,429          |

a. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent

b. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN

c. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO

d. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO, dummy\_inkomenlaag, dummy\_inkomenhoog

Tabel 10. Model Summary multipele regressieanalyse tijdverblijf

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df   | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|------|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 1,118          | 1    | 1,118       | 9,330  | ,002 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 475,530        | 3969 | ,120        |        |                   |
|       | Total      | 476,648        | 3970 |             |        |                   |
| 2     | Regression | 3,612          | 2    | 1,806       | 15,150 | ,000 <sup>c</sup> |
|       | Residual   | 473,035        | 3968 | ,119        |        |                   |
|       | Total      | 476,648        | 3970 |             |        |                   |
| 3     | Regression | 4,949          | 8    | ,619        | 5,196  | ,000 <sup>d</sup> |
|       | Residual   | 471,699        | 3962 | ,119        |        |                   |
|       | Total      | 476,648        | 3970 |             |        |                   |
| 4     | Regression | 5,150          | 10   | ,515        | 4,326  | ,000 <sup>e</sup> |
|       | Residual   | 471,497        | 3960 | ,119        |        |                   |
|       | Total      | 476,648        | 3970 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: bezoek\_duur\_log

b. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent

c. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN

d. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO

e. Predictors: (Constant), Leeftijd van de respondent, dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO, dummy\_inkomenlaag, dummy\_inkomenhoog

Tabel 11. ANOVA tabel multipele regressieanalyse tijdverblijf

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|----------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)                       | 1,603                       | ,017       |                           | 92,910 | ,000 |
|       | Leeftijd van de respondent       | ,001                        | ,000       | ,048                      | 3,054  | ,002 |
| 2     | (Constant)                       | 1,622                       | ,018       |                           | 91,709 | ,000 |
|       | Leeftijd van de respondent       | ,001                        | ,000       | ,048                      | 3,054  | ,002 |
|       | dummy_geslachtMAN                | -,053                       | ,011       | -,072                     | -4,574 | ,000 |
| 3     | (Constant)                       | 1,632                       | ,019       |                           | 84,744 | ,000 |
|       | Leeftijd van de respondent       | ,001                        | ,000       | ,055                      | 3,271  | ,001 |
|       | dummy_geslachtMAN                | -,054                       | ,012       | -,075                     | -4,676 | ,000 |
|       | dummy_opleidingsnivea uLager     | -,061                       | ,031       | -,032                     | -1,952 | ,051 |
|       | dummy_opleidingsnivea uVMBO_MAVO | -,028                       | ,018       | -,028                     | -1,569 | ,117 |
|       | dummy_opleidingsnivea uHAVO      | -,057                       | ,026       | -,036                     | -2,207 | ,027 |
|       | dummy_opleidingsnivea uVWO       | ,021                        | ,036       | ,010                      | ,590   | ,555 |
|       | dummy_opleidingsnivea uMBO       | -,016                       | ,014       | -,020                     | -1,118 | ,264 |
|       | dummy_opleidingsnivea uWO        | -,034                       | ,018       | -,032                     | -1,870 | ,062 |
|       |                                  |                             |            |                           |        |      |
| 4     | (Constant)                       | 1,630                       | ,020       |                           | 81,274 | ,000 |
|       | Leeftijd van de respondent       | ,001                        | ,000       | ,053                      | 3,140  | ,002 |
|       | dummy_geslachtMAN                | -,054                       | ,012       | -,075                     | -4,690 | ,000 |
|       | dummy_opleidingsnivea uLager     | -,051                       | ,032       | -,027                     | -1,570 | ,116 |
|       | dummy_opleidingsnivea uVMBO_MAVO | -,022                       | ,019       | -,022                     | -1,175 | ,240 |
|       | dummy_opleidingsnivea uHAVO      | -,054                       | ,026       | -,034                     | -2,053 | ,040 |
|       | dummy_opleidingsnivea uVWO       | ,025                        | ,036       | ,011                      | ,694   | ,488 |
|       | dummy_opleidingsnivea uMBO       | -,011                       | ,014       | -,015                     | -,794  | ,427 |
|       | dummy_opleidingsnivea uWO        | -,036                       | ,018       | -,035                     | -1,949 | ,051 |
|       | dummy_inkomenlaag                | -,011                       | ,016       | -,011                     | -,674  | ,501 |
|       | dummy_inkomenhoog                | ,013                        | ,014       | ,016                      | ,935   | ,350 |
|       |                                  |                             |            |                           |        |      |

a. Dependent Variable: bezoek\_duur\_log

Tabel 12. Coëfficiënten tabel multiële regressieanalyse tijdverblijf

## Multipale regressieanalyse afhankelijke variabele uitgaven

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change | Change Statistics |     |      | Sig. F Change |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|-------------------|-----|------|---------------|
|       |                   |          |                   |                            |                 | F Change          | df1 | df2  |               |
| 1     | ,050 <sup>a</sup> | ,002     | ,002              | ,41817                     | ,002            | 8,747             | 1   | 3522 | ,003          |
| 2     | ,113 <sup>b</sup> | ,013     | ,011              | ,41634                     | ,010            | 6,171             | 6   | 3516 | ,000          |
| 3     | ,201 <sup>c</sup> | ,040     | ,038              | ,41059                     | ,028            | 50,558            | 2   | 3514 | ,000          |

a. Predictors: (Constant), dummy\_geslachtMAN

b. Predictors: (Constant), dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO

c. Predictors: (Constant), dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO, dummy\_inkomenlaag, dummy\_inkomenhoog

Tabel 13. Model Summary multipale regressieanalyse uitgaven

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df   | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|------|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 1,530          | 1    | 1,530       | 8,747  | ,003 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 615,880        | 3522 | ,175        |        |                   |
|       | Total      | 617,410        | 3523 |             |        |                   |
| 2     | Regression | 7,948          | 7    | 1,135       | 6,550  | ,000 <sup>c</sup> |
|       | Residual   | 609,462        | 3516 | ,173        |        |                   |
|       | Total      | 617,410        | 3523 |             |        |                   |
| 3     | Regression | 24,995         | 9    | 2,777       | 16,473 | ,000 <sup>d</sup> |
|       | Residual   | 592,415        | 3514 | ,169        |        |                   |
|       | Total      | 617,410        | 3523 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: bestedingen\_log

b. Predictors: (Constant), dummy\_geslachtMAN

c. Predictors: (Constant), dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO

d. Predictors: (Constant), dummy\_geslachtMAN, dummy\_opleidingsniveauMBO, dummy\_opleidingsniveauVWO, dummy\_opleidingsniveauLager, dummy\_opleidingsniveauHAVO, dummy\_opleidingsniveauWO, dummy\_opleidingsniveauVMBO\_MAVO, dummy\_inkomenlaag, dummy\_inkomenhoog

Tabel 14. ANOVA tabel multipale regressieanalyse uitgaven

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t       | Sig. |
|-------|-------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|---------|------|
|       |                                     | B                           | Std. Error | Beta                      |         |      |
| 1     | (Constant)                          | 1,455                       | ,009       |                           | 167,749 | ,000 |
|       | dummy_geslachtMAN                   | -,044                       | ,015       | -,050                     | -2,958  | ,003 |
| 2     | (Constant)                          | 1,491                       | ,013       |                           | 116,363 | ,000 |
|       | dummy_geslachtMAN                   | -,047                       | ,015       | -,054                     | -3,174  | ,002 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | -,203                       | ,042       | -,082                     | -4,798  | ,000 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | -,075                       | ,022       | -,061                     | -3,358  | ,001 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | -,015                       | ,033       | -,008                     | -,469   | ,639 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | -,141                       | ,047       | -,051                     | -2,996  | ,003 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | -,029                       | ,018       | -,030                     | -1,610  | ,108 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uWO        | -,049                       | ,023       | -,039                     | -2,147  | ,032 |
|       |                                     |                             |            |                           |         |      |
| 3     | (Constant)                          | 1,477                       | ,014       |                           | 104,094 | ,000 |
|       | dummy_geslachtMAN                   | -,050                       | ,015       | -,056                     | -3,370  | ,001 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uLager     | -,111                       | ,043       | -,045                     | -2,589  | ,010 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uVMBO_MAVO | -,021                       | ,023       | -,017                     | -,912   | ,362 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uHAVO      | ,009                        | ,033       | ,005                      | ,281    | ,779 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uVWO       | -,103                       | ,046       | -,038                     | -2,229  | ,026 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uMBO       | ,003                        | ,018       | ,003                      | ,154    | ,878 |
|       | dummy_opleidingsnivea<br>uWO        | -,050                       | ,023       | -,040                     | -2,184  | ,029 |
|       | dummy_inkomenlaag                   | -,165                       | ,021       | -,141                     | -8,051  | ,000 |
|       | dummy_inkomenhoog                   | ,072                        | ,018       | ,075                      | 4,083   | ,000 |

a. Dependent Variable: bestedingen\_log

Tabel 15. Coëfficiënten tabel multiële regressieanalyse uitgaven