

## FACTSHEET 2011

Deze factsheet presenteert kort en bondig het functioneren van de detailhandel in Monster centrum. Naast gegevens over de herkomst van de detailhandelsomzet van Monster centrum bevat de factsheet gegevens over het economisch functioneren van Monster centrum. Ook komen winkelaanbod, bezoekfrequentie, vervoermiddelgebruik en waardering voor deze aankoopplaats aan bod.

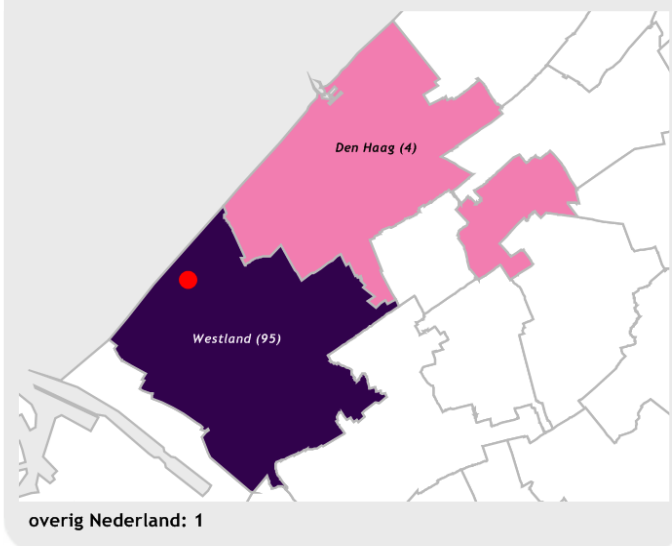


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

De detailhandel in het centrum van Monster heeft in 2011 een omzet van € 46 miljoen, vooral behaald in de dagelijkse sector (€ 35 miljoen). De klanten voor het winkelgebied komen vooral uit de gemeente Westland zelf (95%). Ongeveer één op de tien inwoners van Westland doet de inkopen in het centrum van Monster. De gemiddelde vloerproductiviteit van de 61 winkels bedraagt € 6.400. De leegstand in het winkelgebied is sinds 2004 opgelopen tot 2.250 m<sup>2</sup>. De vrijdag (35%) en de donderdag (22%) zijn de meest drukke dagen voor dit winkelgebied. Klanten komen vooral met de auto, met name voor de dagelijkse of wekelijkse boodschappen. De aspecten van het winkelgebied worden, afgezien van de parkeermogelijkheden, door bezoekers relatief laag gewaardeerd.

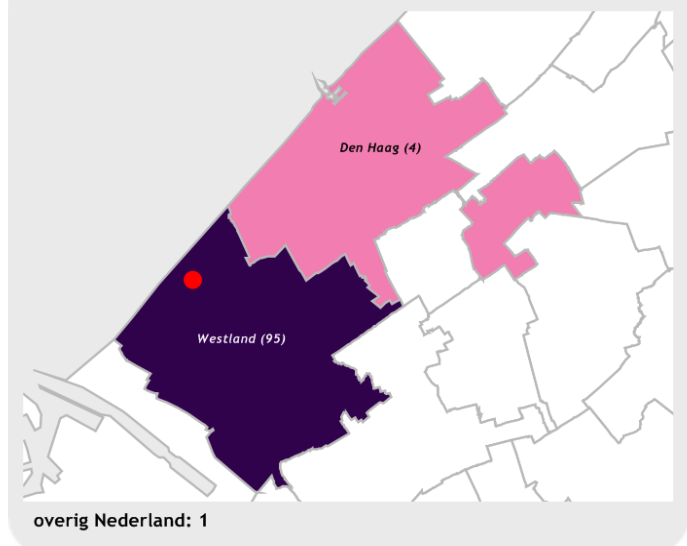
## Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Monster centrum vandaan (in %)



## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Monster centrum vandaan (in %)



## Omzet in Monster centrum per artikelgroep

artikelgroep	Omzet uit gemeente		Omzet uit overig deel herkomstregio		Omzet uit elders		Totale omzet		
	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%	
dagelijks	33,3 mln	95%	0,0 mln	0%	1,7 mln	5%	35,0 mln	100%	
niet-dagelijks	10,7 mln	95%	0,0 mln	0%	0,6 mln	5%	11,3 mln	100%	
<i>waarvan:</i>									
mode en luxe	kleding	2,4 mln	98%	0,0 mln	0%	0,0 mln	2%	2,4 mln	100%
	schoenen	0,2 mln	93%	0,0 mln	0%	0,0 mln	7%	0,2 mln	100%
	juweliersartikelen	0,7 mln	92%	0,0 mln	1%	0,1 mln	7%	0,8 mln	100%
	huishoudelijke artikelen	1,2 mln	97%	0,0 mln	0%	0,0 mln	3%	1,2 mln	100%
vrije tijd	vrije tijds artikelen	2,3 mln	96%	0,0 mln	0%	0,1 mln	4%	2,4 mln	100%
in en om het huis	woninginrichting	0,6 mln	100%	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,6 mln	100%
	electro	1,2 mln	94%	0,0 mln	0%	0,1 mln	6%	1,2 mln	100%
	doe-het-zelf artikelen	0,9 mln	93%	0,0 mln	0%	0,1 mln	7%	1,0 mln	100%
	bloemen, planten en tuinartikelen	1,2 mln	86%	0,0 mln	0%	0,2 mln	14%	1,4 mln	100%

## Kerngegevens Monster centrum

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	15% - mln	6% - mln	10% - mln
	2011	13% 33 mln	4% 11 mln	9% 44 mln
Toevloeiing in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	5% 2 mln	5% 1 mln	5% 2 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Omzet in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	35 mln	11 mln	46 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ -	€ -	€ -
	2011	€ 11.157	€ 2.756	€ 6.396

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	17 winkels 3.214 m <sup>2</sup>	19 winkels 2.325 m <sup>2</sup>	4 winkels 251 m <sup>2</sup>	15 winkels 2.452 m <sup>2</sup>	1 winkels 264 m <sup>2</sup>	4 winkels 740 m <sup>2</sup>	60 winkels 9.246 m <sup>2</sup>
2011	17 winkels 3.137 m <sup>2</sup>	18 winkels 2.572 m <sup>2</sup>	4 winkels 404 m <sup>2</sup>	9 winkels 1.127 m <sup>2</sup>	0 winkels 0 m <sup>2</sup>	13 winkels 2.266 m <sup>2</sup>	61 winkels 9.506 m <sup>2</sup>

## Bezoekfrequentie

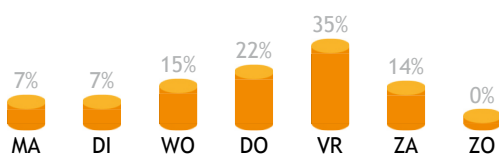
uitgesplitst naar inwoners gemeente Westland en klanten van buiten deze gemeente

	Dagelijkse/wekelijkse boodschappen			
	Vaker dan 1 keer per week	1 keer per week	1-2 keer per maand	Minder dan 1-2 keer per maand
gemeente	74%	22%	2%	1%
overig	-%	-%	-%	-%

Winkelen			
Vaker dan 1 keer per week	1 keer per week	1-2 keer per maand	Minder dan 1-2 keer per maand
47%	23%	16%	13%
-%	-%	-%	-%

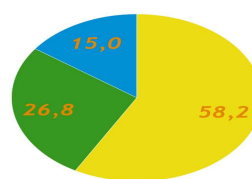
## Aankoopmomenten

Winkelen

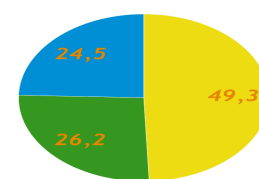


## Vervoer

Dagelijkse/wekelijkse boodschappen



Winkelen



## Beoordeling kwaliteitsaspecten

aankooplocatie afgezet tegen vergelijkbare aankooplocaties (centrumlocatie 5.000-10.000 m<sup>2</sup>)

	aankooplocatie	gemiddeld	verschillen
Compleetheid	7,1	7,2	-2%
Sfeer en uitstraling	6,5	7,1	-7%
Veiligheid	7,6	7,7	-1%
Parkeermogelijkheden	8,0	7,5	+8%
Daghoreca	5,4	6,2	-12%
Bereikbaarheid auto	7,8	7,8	0%
Bereikbaarheid OV	5,7	6,3	-9%