

# FACTSHEET 2011

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

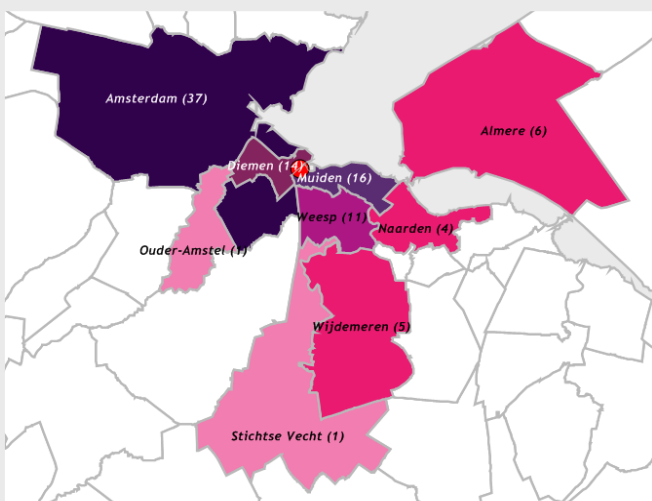


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Het winkelaanbod (15.000 m<sup>2</sup>) van Maxis bestaat uit 6 winkels voor dagelijkse artikelen en 15 voor niet-dagelijkse. Het grootste deel van de bestedingen in Maxis wordt gedaan door klanten van buiten de gemeente (dagelijks: 84% en niet-dagelijks: 85%). De omzet in de dagelijkse sector is € 45 miljoen (2004: € 15 miljoen). Vooral klanten van elders besteden in 2011 meer aan dagelijkse artikelen in Maxis. In de niet-dagelijkse sector is de totale omzet € 16 miljoen, met name in electro, kleding en vrije tijd. Maxis kent geen leegstand. De populairste dag om te winkelen bij Maxis is de zaterdag. Vrijwel alle klanten komen met de auto. Maxis scoort t.o.v. vergelijkbare aankooplocaties op alle kwaliteitsaspecten bovengemiddeld goed.

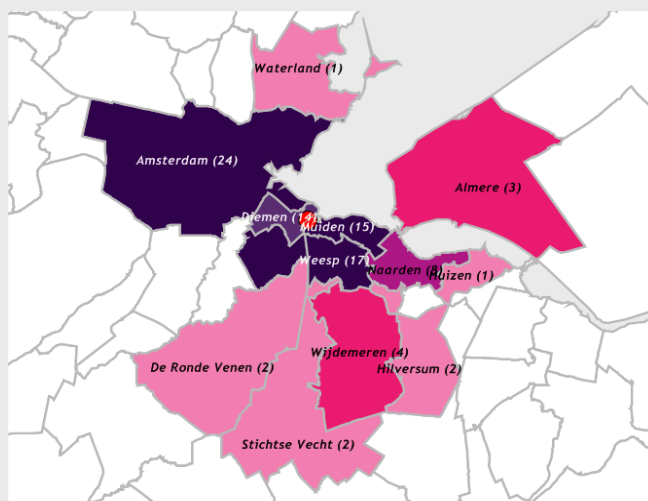
## Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Maxis vandaan (in %)



## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Maxis vandaan (in %)



## Omzet in Maxis per artikelgroep

artikelgroep	Omzet uit gemeente		Omzet uit overig deel herkomstregio		Omzet uit elders		Totale omzet	
	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%
dagelijks	7,1 mln	16%	9,9 mln	22%	27,9 mln	62%	45,0 mln	100%
niet-dagelijks	2,5 mln	15%	5,5 mln	34%	8,3 mln	51%	16,2 mln	100%
waarvan:								
mode en luxe								
kleding	0,5 mln	12%	0,7 mln	19%	2,7 mln	69%	3,9 mln	100%
schoenen	0,1 mln	9%	0,2 mln	21%	0,8 mln	70%	1,1 mln	100%
juweliersartikelen	0,0 mln	0%	0,0 mln	100%	0,0 mln	0%	0,0 mln	100%
huishoudelijke artikelen	0,5 mln	27%	0,5 mln	32%	0,7 mln	41%	1,7 mln	100%
vrije tijd								
vrije tijds artikelen	0,4 mln	14%	1,6 mln	50%	1,2 mln	37%	3,3 mln	100%
in en om het huis								
woninginrichting	0,0 mln	7%	0,1 mln	31%	0,2 mln	62%	0,4 mln	100%
electro	1,0 mln	18%	2,1 mln	41%	2,1 mln	41%	5,2 mln	100%
doe-het-zelf artikelen	0,0 mln	17%	0,0 mln	0%	0,1 mln	83%	0,1 mln	100%
bloemen, planten en tuinartikelen	0,0 mln	22%	0,0 mln	16%	0,1 mln	62%	0,2 mln	100%

## Kerngegevens Maxis

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	34% - mln	11% - mln	22% - mln
	2011	42% 7 mln	14% 3 mln	28% 10 mln
Toevloeiing in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	84% 38 mln	85% 14 mln	84% 52 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Omzet in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	45 mln	16 mln	61 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ -	€ -	€ -
	2011	€ 8.604	€ 1.707	€ 4.153

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	5 winkels 5.566 m <sup>2</sup>	7 winkels 3.743 m <sup>2</sup>	2 winkels 2.250 m <sup>2</sup>	5 winkels 2.887 m <sup>2</sup>	0 winkels 0 m <sup>2</sup>	0 winkels 0 m <sup>2</sup>	19 winkels 14.446 m <sup>2</sup>
2011	6 winkels 5.225 m <sup>2</sup>	8 winkels 4.341 m <sup>2</sup>	2 winkels 2.187 m <sup>2</sup>	5 winkels 2.980 m <sup>2</sup>	0 winkels 0 m <sup>2</sup>	0 winkels 0 m <sup>2</sup>	21 winkels 14.733 m <sup>2</sup>

## Bezoekfrequentie

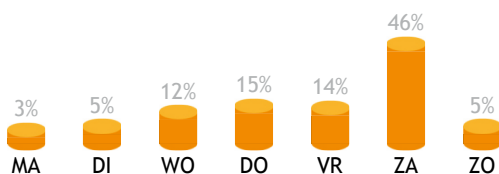
uitgesplitst naar inwoners gemeente Muiden en klanten van buiten deze gemeente

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	42%	49%	7%	1%
overig	9%	58%	19%	14%

gemeente	Winkelen			
	Vaker dan 1 keer per week	1 keer per week	1-2 keer per maand	Minder dan 1-2 keer per maand
gemeente	-%	-%	-%	-%
overig	6%	28%	36%	30%

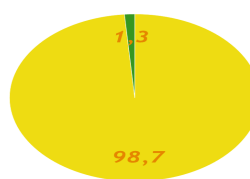
## Aankoopmomenten

Winkelen

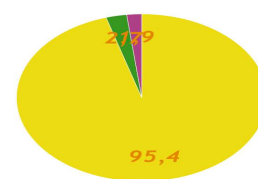


## Vervoer

Dagelijkse/wekelijkse boodschappen



Winkelen



## Beoordeling kwaliteitsaspecten

aankooplocatie afgezet tegen vergelijkbare aankooplocaties (overige locaties 10.000-20.000 m<sup>2</sup>)

	aankooplocatie	gemiddeld	Verandering
Compleetheid	8,1	7,7	+4%
Sfeer en uitstraling	7,2	7,1	+2%
Veiligheid	7,9	7,5	+5%
Parkeermogelijkheden	9,1	8,5	+7%
Daghoreca	6,2	6,2	+1%
Bereikbaarheid auto	8,6	8,3	+4%
Bereikbaarheid OV	6,5	5,8	+11%