

FACTSHEET 2011

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

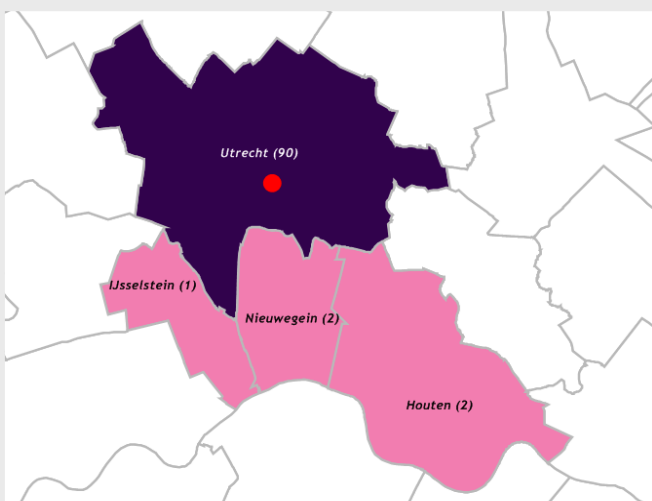


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

In de 67 winkels van winkelcentrum Kanaleneiland wordt € 71 miljoen besteed, waarvan € 52 miljoen aan dagelijkse artikelen. Ten opzichte van 2004 zijn de bestedingen aan dagelijkse artikelen duidelijk toegenomen (+ € 14 miljoen), maar die aan niet-dagelijkse artikelen zijn scherp gedaald (- € 36 miljoen). Het overgrote deel van de bestedingen is afkomstig van inwoners van de gemeente Utrecht, maar er is toevloeiing, met name in de niet-dagelijkse sector en vooral uit Nieuwegein. In deze sector bedraagt de toevloeiing € 7 miljoen (toevloeiing 36%). Sinds 2004 is de winkelleegstand toegenomen met circa 1.000 m². Bezoekers beoordelen het winkelgebied op de aspecten veiligheid en sfeer en uitstraling lager dan vergelijkbare winkelgebieden.

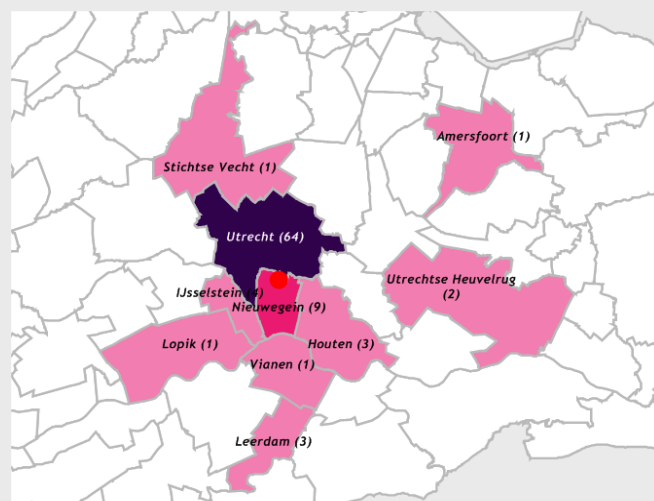
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Kanaleneiland vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Kanaleneiland vandaan (in %)



Omzet in Kanaleneiland per artikelgroep

artikelgroep	Omzet uit gemeente		Omzet uit overig deel herkomstregio		Omzet uit elders		Totale omzet	
	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%
dagelijks	47,2 mln	90%	0,0 mln	0%	5,2 mln	10%	52,4 mln	100%
niet-dagelijks	12,1 mln	64%	0,1 mln	1%	6,5 mln	35%	18,7 mln	100%
waarvan:								
mode en luxe								
kleding	3,0 mln	56%	0,0 mln	0%	2,4 mln	44%	5,4 mln	100%
schoenen	1,4 mln	69%	0,0 mln	1%	0,6 mln	30%	2,0 mln	100%
juweliersartikelen	0,5 mln	78%	0,0 mln	0%	0,1 mln	22%	0,6 mln	100%
huishoudelijke artikelen	2,8 mln	61%	0,0 mln	1%	1,8 mln	38%	4,6 mln	100%
vrije tijd								
vrije tijds artikelen	1,8 mln	71%	0,0 mln	1%	0,7 mln	28%	2,6 mln	100%
in en om het huis								
woninginrichting	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,0 mln	100%
electro	0,6 mln	55%	0,0 mln	1%	0,5 mln	44%	1,1 mln	100%
doe-het-zelf artikelen	1,4 mln	80%	0,0 mln	2%	0,3 mln	17%	1,7 mln	100%
bloemen, planten en tuinartikelen	0,4 mln	78%	0,0 mln	0%	0,1 mln	22%	0,6 mln	100%

Kerngegevens Kanaleneiland

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	6% 35 mln	8% 51 mln	7% 86 mln
	2011	6% 47 mln	2% 12 mln	4% 59 mln
Toevloeiing in % en €	2004	8% 3 mln	7% 4 mln	7% 7 mln
	2011	10% 5 mln	36% 7 mln	17% 12 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Omzet in €	2004	38 mln	55 mln	93 mln
	2011	52 mln	19 mln	71 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 8.426	€ 5.664	€ 6.540
	2011	€ 10.888	€ 2.277	€ 5.458

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	19 winkels 4.510 m ²	28 winkels 7.223 m ²	4 winkels 773 m ²	12 winkels 1.699 m ²	1 winkels 15 m ²	1 winkels 106 m ²	65 winkels 14.326 m ²
2011	19 winkels 4.813 m ²	24 winkels 6.092 m ²	5 winkels 863 m ²	8 winkels 936 m ²	3 winkels 324 m ²	8 winkels 1.232 m ²	67 winkels 14.260 m ²

Bezoekfrequentie

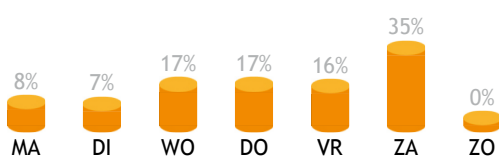
uitgesplitst naar inwoners gemeente Utrecht en klanten van buiten deze gemeente

	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	70%	27%	1%	2%
overig	-%	-%	-%	-%

Winkelen			
Vaker dan 1 keer per week	1 keer per week	1-2 keer per maand	Minder dan 1-2 keer per maand
40%	18%	25%	17%
9%	6%	22%	62%

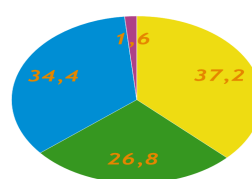
Aankoopmomenten

Winkelen

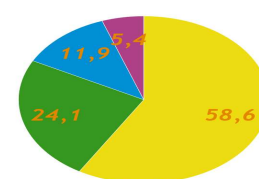


Vervoer

Dagelijkse/wekelijkse boodschappen



Winkelen



Beoordeling kwaliteitsaspecten

aankooplocatie afgezet tegen vergelijkbare aankooplocaties (ondersteunend 10.000-20.000 m²)

	aankooplocatie	gemiddeld	verschillen
Compleetheid	7,5	7,5	0%
Sfeer en uitstraling	6,5	7,1	-9%
Veiligheid	6,7	7,4	-10%
Parkeermogelijkheden	7,4	7,3	+2%
Daghoreca	6,6	6,8	-3%
Bereikbaarheid auto	7,8	7,6	+2%
Bereikbaarheid OV	7,8	7,7	+1%