

## FACTSHEET 2011

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

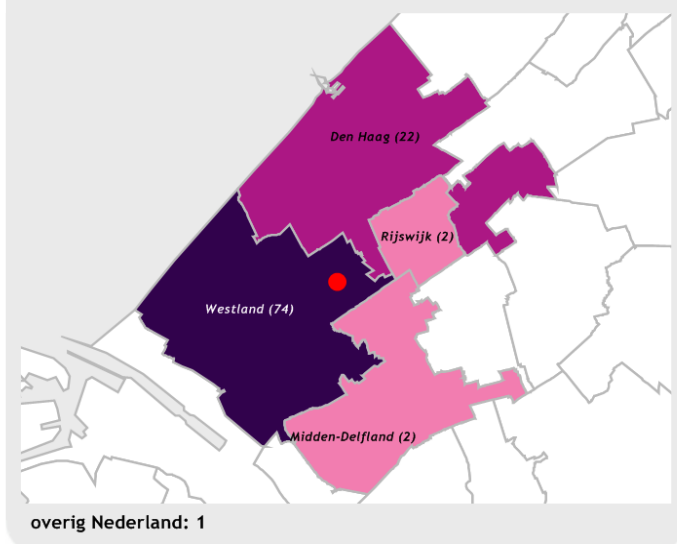


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Een op de acht inwoners van de gemeente Westland (12%) doet haar dagelijkse boodschappen in het centrum van Wateringen. Voor niet-dagelijkse artikelen is deze binding 5%. Naast deze omzet uit Westland trekt Wateringen vooral omzet van klanten uit Den Haag (zowel dagelijks en niet-dagelijks). Ten opzichte van 2004 is de gerealiseerde omzet in de dagelijkse sector gestegen van € 31 naar € 40 miljoen, bij een gelijkblijvend winkeloppervlak. De gemiddelde vloerproductiviteit is in de dagelijkse sector dan ook fors gestegen. Wateringen Centrum heeft nauwelijks leegstand. Bezoekers komen vooral op dinsdag en zaterdag. De bereikbaarheid per OV wordt relatief laag beoordeeld (6,1).

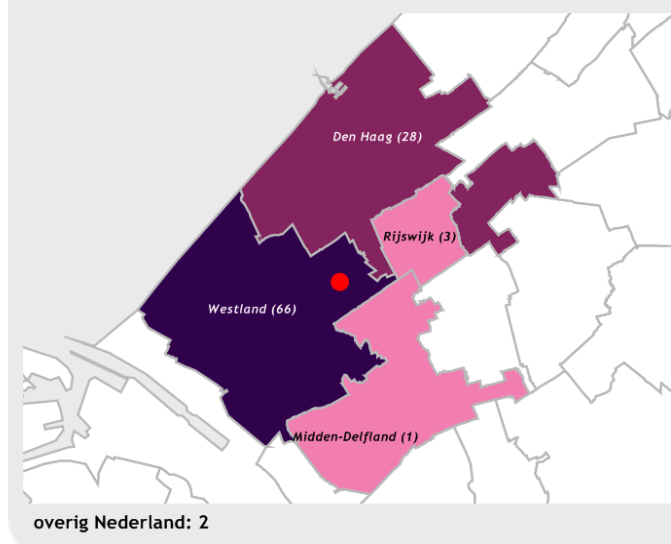
## Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Wateringen centrum vandaan (in %)



## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Wateringen centrum vandaan (in %)



## Omzet in Wateringen centrum per artikelgroep

| artikelgroep                      | Omzet uit gemeente |     | Omzet uit overig deel herkomstregio |    | Omzet uit elders |     | Totale omzet |      |
|-----------------------------------|--------------------|-----|-------------------------------------|----|------------------|-----|--------------|------|
|                                   | absoluut           | %   | absoluut                            | %  | absoluut         | %   | absoluut     | %    |
| dagelijks                         | 29,8 mln           | 74% | 0,8 mln                             | 2% | 9,9 mln          | 24% | 40,4 mln     | 100% |
| niet-dagelijks                    | 12,1 mln           | 66% | 0,4 mln                             | 2% | 5,8 mln          | 32% | 18,2 mln     | 100% |
| waarvan:                          |                    |     |                                     |    |                  |     |              |      |
| mode en luxe                      |                    |     |                                     |    |                  |     |              |      |
| kleding                           | 1,4 mln            | 60% | 0,1 mln                             | 3% | 0,9 mln          | 37% | 2,3 mln      | 100% |
| schoenen                          | 0,4 mln            | 70% | 0,0 mln                             | 6% | 0,1 mln          | 24% | 0,6 mln      | 100% |
| juweliersartikelen                | 0,6 mln            | 50% | 0,1 mln                             | 6% | 0,5 mln          | 44% | 1,2 mln      | 100% |
| huishoudelijke artikelen          | 1,3 mln            | 74% | 0,0 mln                             | 2% | 0,4 mln          | 24% | 1,8 mln      | 100% |
| vrije tijd                        |                    |     |                                     |    |                  |     |              |      |
| vrije tijds artikelen             | 3,3 mln            | 70% | 0,1 mln                             | 2% | 1,3 mln          | 27% | 4,7 mln      | 100% |
| in en om het huis                 |                    |     |                                     |    |                  |     |              |      |
| woninginrichting                  | 0,8 mln            | 51% | 0,0 mln                             | 1% | 0,8 mln          | 48% | 1,6 mln      | 100% |
| electro                           | 1,5 mln            | 74% | 0,0 mln                             | 0% | 0,5 mln          | 26% | 2,0 mln      | 100% |
| doe-het-zelf artikelen            | 1,1 mln            | 62% | 0,0 mln                             | 1% | 0,7 mln          | 38% | 1,8 mln      | 100% |
| bloemen, planten en tuinartikelen | 1,6 mln            | 74% | 0,0 mln                             | 0% | 0,6 mln          | 26% | 2,2 mln      | 100% |

## Kerngegevens Wateringen centrum

|                             | Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | Totaal        |
|-----------------------------|------|----------------------|---------------------------|---------------|
| Koopkrachtbinding in % en € | 2004 | 13%<br>- mln         | 4%<br>- mln               | 8%<br>- mln   |
|                             | 2011 | 12%<br>30 mln        | 5%<br>12 mln              | 9%<br>42 mln  |
| Toevloeiing in % en €       | 2004 | -%<br>- mln          | -%<br>- mln               | -%<br>- mln   |
|                             | 2011 | 26%<br>11 mln        | 34%<br>6 mln              | 29%<br>17 mln |

|  | Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | Totaal  |
|--|------|----------------------|---------------------------|---------|
| Omzet in €                                 | 2004 | - mln                | - mln                     | - mln   |
|  | 2011 | 40 mln               | 18 mln                    | 59 mln  |
| Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand) | 2004 | € -                  | € -                       | € -     |
|  | 2011 | € 12.329             | € 2.138                   | € 4.970 |

## Winkelaanbod

| Jaar | Dagelijkse artikelen               | Niet-dagelijkse artikelen          |                                    |                                    |                                 | Leegstand                      | Totaal                              |
|------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
|      |                                    | Mode en luxe                       | Vrije tijd                         | In en om het huis                  | Overig                          |                                |                                     |
| 2004 | 19 winkels<br>3.265 m <sup>2</sup> | 16 winkels<br>1.997 m <sup>2</sup> | 8 winkels<br>1.139 m <sup>2</sup>  | 15 winkels<br>3.330 m <sup>2</sup> | 0 winkels<br>0 m <sup>2</sup>   | 0 winkels<br>0 m <sup>2</sup>  | 58 winkels<br>9.731 m <sup>2</sup>  |
| 2011 | 17 winkels<br>3.277 m <sup>2</sup> | 21 winkels<br>2.962 m <sup>2</sup> | 11 winkels<br>1.634 m <sup>2</sup> | 17 winkels<br>3.439 m <sup>2</sup> | 2 winkels<br>484 m <sup>2</sup> | 1 winkels<br>60 m <sup>2</sup> | 69 winkels<br>11.856 m <sup>2</sup> |

## Bezoekfrequentie

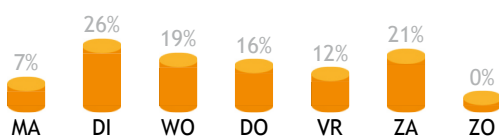
uitgesplitst naar inwoners gemeente Westland en klanten van buiten deze gemeente

|          | 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 | 82%                                | 16%             | 2%                 | 0%                            |
| overig   | 44%                                | 37%             | 4%                 | 15%                           |

| Winkelen                  |                 |                    |                               |
|---------------------------|-----------------|--------------------|-------------------------------|
| Vaker dan 1 keer per week | 1 keer per week | 1-2 keer per maand | Minder dan 1-2 keer per maand |
| 48%                       | 15%             | 19%                | 18%                           |
| -%                        | -%              | -%                 | -%                            |

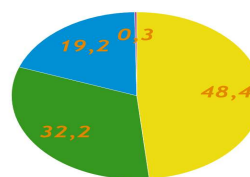
## Aankoopmomenten

Winkelen

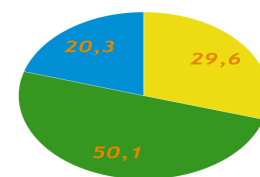


## Vervoer

Dagelijkse/wekelijkse boodschappen



Winkelen



## Beoordeling kwaliteitsaspecten

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

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