

# FACTSHEET 2011

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

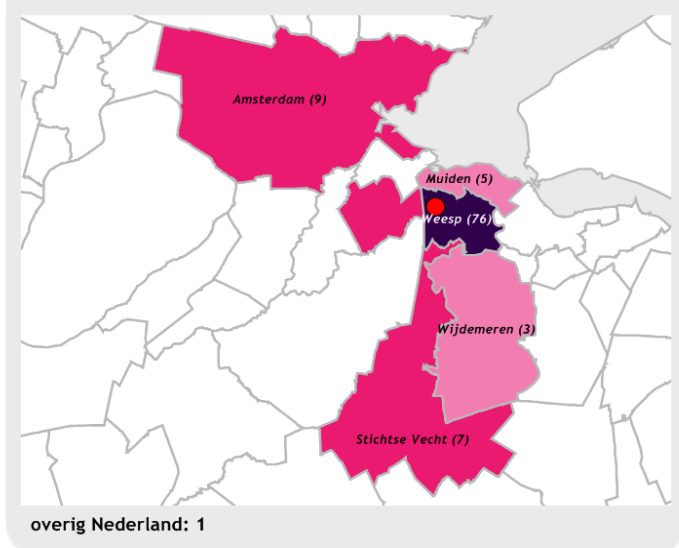


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Winkelcentrum Hogewij wordt vooral bezocht voor het doen van dagelijkse boodschappen (€ 21 miljoen omzet in 2011) en slechts beperkt voor niet-dagelijkse artikelen (€ 2 miljoen omzet). Inwoners zijn goed voor 76% van de bestedingen in de dagelijkse sector en voor 77% in de niet-dagelijkse sector. De binding in de dagelijkse sector is met 37% hoger dan in 2004 en ook de omzet is gestegen. Omdat ook de omzet door toevloeiing groeide, nam de totale omzet van dagelijkse artikelen toe. Omdat het winkelaanbod in de periode 2004-2011 niet opvallend is gewijzigd, is de vloerproductiviteit gestegen. Weesp Hogewij scoort op alle kwaliteitsaspecten lager dan vergelijkbare aankooplocaties.

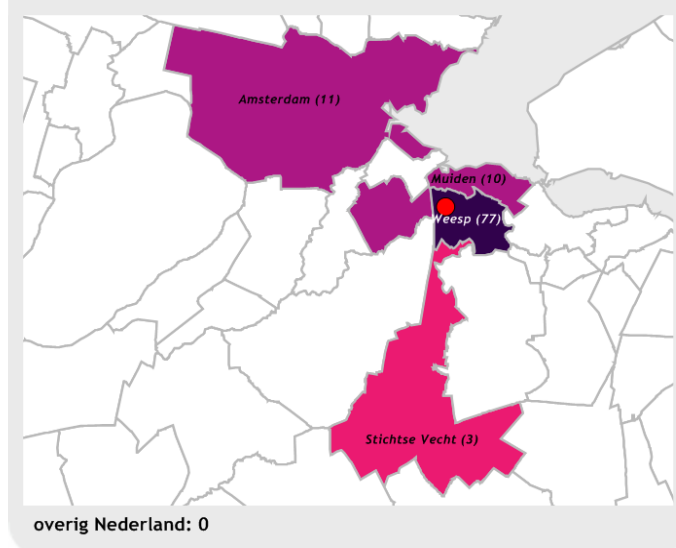
## Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Hogewij vandaan (in %)



## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Hogewij vandaan (in %)



## Omzet in Hogewij per artikelgroep

artikelgroep	Omzet uit gemeente		Omzet uit overig deel herkomstregio		Omzet uit elders		Totale omzet	
	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%
dagelijks	15,8 mln	76%	1,6 mln	8%	3,5 mln	17%	21,0 mln	100%
niet-dagelijks	1,2 mln	77%	0,2 mln	10%	0,2 mln	13%	1,6 mln	100%
waarvan:								
mode en luxe								
kleding	0,1 mln	72%	0,0 mln	0%	0,0 mln	28%	0,1 mln	100%
schoenen	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,0 mln	100%
juweliersartikelen	0,0 mln	100%	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,0 mln	100%
huishoudelijke artikelen	0,0 mln	100%	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,0 mln	100%
vrije tijd								
vrije tijds artikelen	0,0 mln	100%	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,0 mln	100%
in en om het huis								
woninginrichting	0,0 mln	100%	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,0 mln	100%
electro	0,0 mln	100%	0,0 mln	0%	0,0 mln	0%	0,0 mln	100%
doe-het-zelf artikelen	0,0 mln	33%	0,0 mln	50%	0,0 mln	17%	0,1 mln	100%
bloemen, planten en tuinartikelen	1,0 mln	77%	0,1 mln	9%	0,2 mln	14%	1,3 mln	100%

## Kerngegevens Hogewei

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachbinding in % en €	2004	25% - mln	4% - mln	14% - mln
	2011	37% 16 mln	3% 1 mln	20% 17 mln
Toevloeiing in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	24% 5 mln	23% 0 mln	24% 5 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Omzet in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	21 mln	2 mln	23 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ -	€ -	€ -
	2011	€ 8.869	€ 5.987	€ 8.581

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	8 winkels 2.103 m <sup>2</sup>	2 winkels 112 m <sup>2</sup>	1 winkels 35 m <sup>2</sup>	2 winkels 113 m <sup>2</sup>	0 winkels 0 m <sup>2</sup>	1 winkels 48 m <sup>2</sup>	14 winkels 2.411 m <sup>2</sup>
2011	7 winkels 2.363 m <sup>2</sup>	2 winkels 112 m <sup>2</sup>	1 winkels 35 m <sup>2</sup>	2 winkels 115 m <sup>2</sup>	0 winkels 0 m <sup>2</sup>	1 winkels 40 m <sup>2</sup>	13 winkels 2.665 m <sup>2</sup>

## Bezoekfrequentie

uitgesplitst naar inwoners gemeente Weesp 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	80%	20%	0%	0%
overig	30%	55%	15%	0%

Winkelen			
Vaker dan 1 keer per week	1 keer per week	1-2 keer per maand	Minder dan 1-2 keer per maand
-%	-%	-%	-%
-%	-%	-%	-%

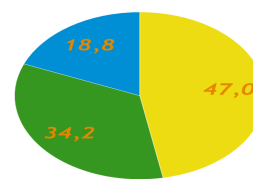
## Aankoopmomenten

Winkelen



## Vervoer

Dagelijkse/wekelijkse boodschappen



Winkelen



## Beoordeling kwaliteitsaspecten

aankooplocatie afgezet tegen vergelijkbare aankooplocaties (ondersteunend 2.500-5.000 m<sup>2</sup>)

	aankooplocatie	gemiddeld	
Compleetheid	6,9	7,1	-3%
Sfeer en uitstraling	5,7	6,7	-15%
Veiligheid	6,6	7,2	-9%
Parkeermogelijkheden	6,9	7,5	-7%
Daghoreca	5,0	5,7	-11%
Bereikbaarheid auto	7,5	7,8	-4%
Bereikbaarheid OV	6,1	7,2	-15%