

FACTSHEET 2011

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

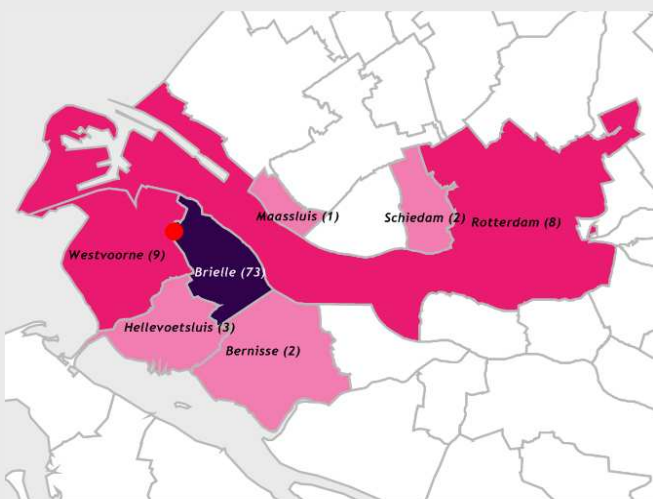


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Tweevijfde (44%) van de inwoners van Brielle doet de dagelijkse boodschappen in Brielle Centrum; zij zijn goed voor bijna driekwart (73%) van de omzet. Voor niet-dagelijks is het bindingspercentage 23%. De afname van de binding ten opzichte van 2004 wordt gecompenseerd door extra toevloeiing. In beide branches komen - naast klanten uit de gemeente zelf - met name klanten vanuit Westvoorne en Rotterdam naar dit winkelgebied. Vrijdag en zaterdag zijn de drukste dagen van de week. Bezoekers zijn zeer positief over het aanbod van de veiligheid (7,9), daghoreca (7,8) en de sfeer en uitstraling van het centrum van Brielle (7,8). Bezoekers zijn het meest kritisch over de parkeermogelijkheden en de bereikbaarheid met het OVV.

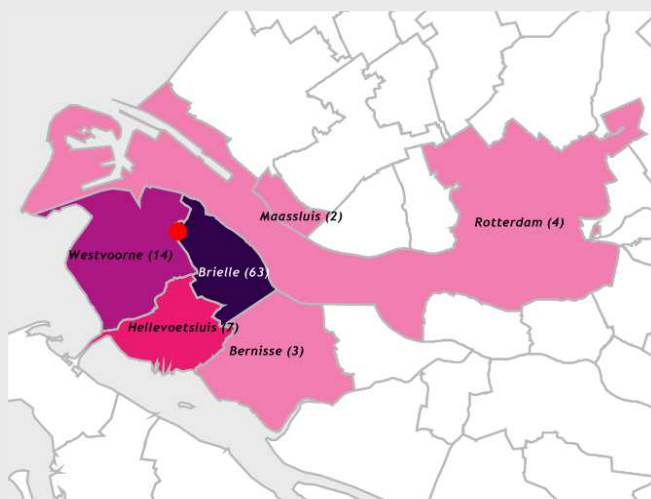
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Brielle centrum vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Brielle centrum vandaan (in %)



Omzet in Brielle centrum per artikelgroep

| artikelgroep | Omzet uit gemeente | | Omzet uit overig deel herkomstregio | | Omzet uit elders | | Totale omzet | |
|-----------------------------------|--------------------|-----|-------------------------------------|-----|------------------|-----|--------------|------|
| | absoluut | % | absoluut | % | absoluut | % | absoluut | % |
| dagelijks | 17,2 mln | 73% | 3,4 mln | 14% | 3,0 mln | 13% | 23,6 mln | 100% |
| niet-dagelijks | 8,8 mln | 63% | 3,4 mln | 25% | 1,6 mln | 12% | 13,8 mln | 100% |
| waarvan: | | | | | | | | |
| mode en luxe | | | | | | | | |
| kleding | 1,6 mln | 45% | 1,2 mln | 35% | 0,7 mln | 20% | 3,4 mln | 100% |
| schoenen | 0,5 mln | 49% | 0,3 mln | 37% | 0,1 mln | 14% | 0,9 mln | 100% |
| juweliersartikelen | 0,4 mln | 72% | 0,1 mln | 21% | 0,0 mln | 7% | 0,6 mln | 100% |
| huishoudelijke artikelen | 1,3 mln | 82% | 0,2 mln | 16% | 0,0 mln | 2% | 1,5 mln | 100% |
| vrije tijd | | | | | | | | |
| vrije tijds artikelen | 2,3 mln | 76% | 0,4 mln | 14% | 0,3 mln | 10% | 3,1 mln | 100% |
| in en om het huis | | | | | | | | |
| woninginrichting | 0,6 mln | 52% | 0,4 mln | 39% | 0,1 mln | 9% | 1,1 mln | 100% |
| electro | 1,0 mln | 57% | 0,6 mln | 34% | 0,2 mln | 9% | 1,8 mln | 100% |
| doe-het-zelf artikelen | 0,2 mln | 85% | 0,0 mln | 15% | 0,0 mln | 0% | 0,2 mln | 100% |
| bloemen, planten en tuinartikelen | 1,0 mln | 81% | 0,1 mln | 5% | 0,2 mln | 14% | 1,2 mln | 100% |

Kerngegevens Brielle centrum

| | Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | Totaal |
|-----------------------------|------|----------------------|---------------------------|---------------|
| Koopkrachtbinding in % en € | 2004 | 54% - mln | 27% - mln | 40% - mln |
| | 2011 | 44% 17 mln | 23% 9 mln | 34% 26 mln |
| Toevloeiing in % en € | 2004 | -% - mln | -% - mln | -% - mln |
| | 2011 | 27% 6 mln | 37% 5 mln | 31% 11 mln |

| | Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | Totaal |
|--|------|----------------------|---------------------------|---------|
| Omzet in € | 2004 | - mln | - mln | - mln |
| | 2011 | 24 mln | 14 mln | 37 mln |
| Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand) | 2004 | € - | € - | € - |
| | 2011 | € 10.325 | € 1.729 | € 3.641 |

Winkelaanbod

| Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | | | | Leegstand | Totaal |
|------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| | | Mode en luxe | Vrije tijd | In en om het huis | Overig | | |
| 2004 | 18 winkels 2.262 m ² | 43 winkels 3.493 m ² | 17 winkels 1.482 m ² | 18 winkels 3.381 m ² | 3 winkels 146 m ² | 7 winkels 2.190 m ² | 106 winkels 12.954 m ² |
| 2011 | 16 winkels 2.289 m ² | 55 winkels 4.953 m ² | 9 winkels 827 m ² | 12 winkels 2.193 m ² | 2 winkels 28 m ² | 9 winkels 992 m ² | 103 winkels 11.282 m ² |

Bezoekfrequentie

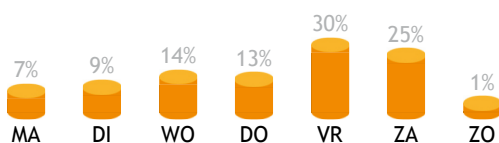
uitgesplitst naar inwoners gemeente Brielle en klanten van buiten deze gemeente

| | 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 | 72% | 27% | 1% | 0% |
| overig | 16% | 70% | 14% | 0% |

| | Winkelen | | | |
|----------|---------------------------|-----------------|--------------------|-------------------------------|
| | Vaker dan 1 keer per week | 1 keer per week | 1-2 keer per maand | Minder dan 1-2 keer per maand |
| gemeente | 49% | 23% | 17% | 12% |
| overig | 12% | 17% | 40% | 31% |

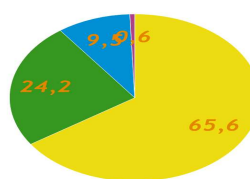
Aankoopmomenten

Winkelen

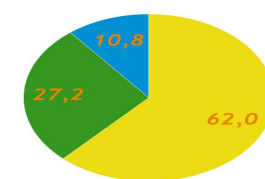


Vervoer

Dagelijkse/wekelijkse boodschappen



Winkelen



Beoordeling kwaliteitsaspecten

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

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