

FACTSHEET 2011

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

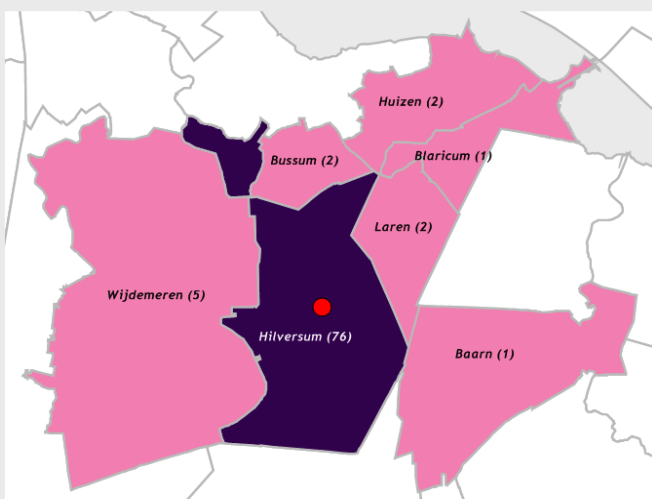


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

In Hilversum Centrum zijn inwoners goed voor 76% van de omzet in de dagelijkse en voor 54% in de niet-dagelijkse sector, maar de bindingspercentages aan het centrum zijn afgenomen. Vanuit alle omliggende gemeenten is sprake van toevloeiing naar de niet-dagelijkse sector, vooral vanuit Wijdemeren. In de dagelijkse sector is de omzet vanuit binding gedaald. Waardoor ook de totale omzet is afgenomen van € 261 miljoen in 2004 naar € 205 miljoen in 2011, ondanks dat de omzet uit toevloeiing is gestegen. De omzetzijging ging gepaard met een daling van de totale winkelvloeroppervlakte. Parkeren en daghoreca scoren beter dan in vergelijkbare aankooplocaties; sfeer en bereikbaarheid daarentegen minder.

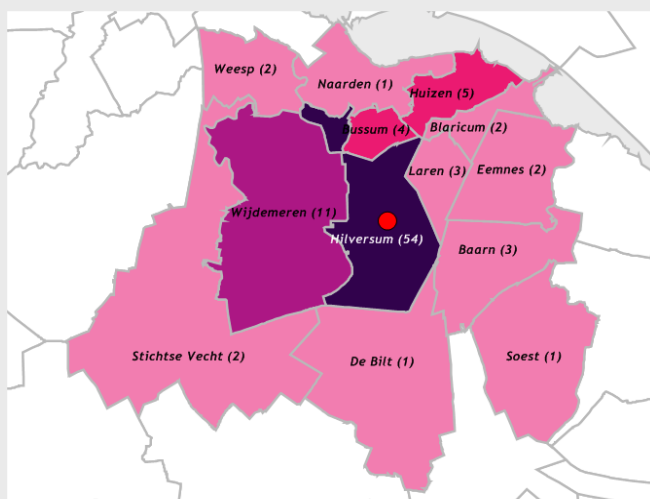
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Hilversum centrum vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Hilversum centrum vandaan (in %)



Omzet in Hilversum centrum per artikelgroep

artikelgroep	Omzet uit gemeente		Omzet uit overig deel herkomstregio		Omzet uit elders		Totale omzet	
	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%
dagelijks	40,1 mln	76%	6,8 mln	13%	5,5 mln	11%	52,4 mln	100%
niet-dagelijks	83,0 mln	54%	43,3 mln	28%	26,0 mln	17%	152,3 mln	100%
waarvan:								
mode en luxe								
kleding	25,1 mln	44%	18,4 mln	33%	13,1 mln	23%	56,5 mln	100%
schoenen	5,8 mln	47%	3,7 mln	30%	2,8 mln	23%	12,3 mln	100%
juweliersartikelen	2,5 mln	54%	1,1 mln	25%	1,0 mln	21%	4,6 mln	100%
huishoudelijke artikelen	6,5 mln	65%	2,2 mln	22%	1,2 mln	12%	10,0 mln	100%
vrije tijd								
vrije tijds artikelen	16,8 mln	65%	5,9 mln	23%	3,0 mln	11%	25,7 mln	100%
in en om het huis								
woninginrichting	7,8 mln	52%	5,4 mln	36%	1,8 mln	12%	14,9 mln	100%
electro	15,1 mln	64%	6,1 mln	26%	2,6 mln	11%	23,7 mln	100%
doe-het-zelf artikelen	1,3 mln	75%	0,2 mln	13%	0,2 mln	13%	1,8 mln	100%
bloemen, planten en tuinartikelen	2,1 mln	76%	0,2 mln	8%	0,4 mln	16%	2,8 mln	100%

Kerngegevens Hilversum centrum

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	29% 51 mln	51% 102 mln	41% 153 mln
	2011	19% 40 mln	42% 83 mln	30% 123 mln
Toevloeiing in % en €	2004	21% 13 mln	48% 95 mln	41% 108 mln
	2011	24% 12 mln	46% 69 mln	40% 82 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Omzet in €	2004	64 mln	197 mln	261 mln
	2011	52 mln	152 mln	205 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 5.909	€ 2.611	€ 3.025
	2011	€ 4.740	€ 2.114	€ 2.463

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	63 winkels 10.831 m ²	198 winkels 39.982 m ²	57 winkels 9.901 m ²	108 winkels 24.082 m ²	19 winkels 1.497 m ²	57 winkels 10.212 m ²	502 winkels 96.505 m ²
2011	61 winkels 11.056 m ²	181 winkels 41.155 m ²	43 winkels 8.727 m ²	89 winkels 19.811 m ²	21 winkels 2.365 m ²	67 winkels 7.876 m ²	462 winkels 90.990 m ²

Bezoekfrequentie

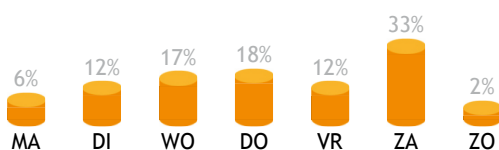
uitgesplitst naar inwoners gemeente Hilversum en klanten van buiten deze gemeente

	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	79%	18%	1%	2%
overig	31%	22%	47%	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	22%	25%	44%	10%
overig	3%	9%	45%	43%

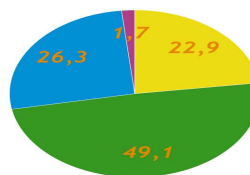
Aankoopmomenten

Winkelen

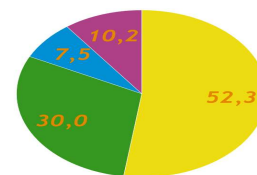


Vervoer

Dagelijkse/wekelijkse boodschappen



Winkelen



Beoordeling kwaliteitsaspecten

aankooplocatie afgezet tegen vergelijkbare aankooplocaties (centrumlocatie vanaf 40.000 m²)

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