

FACTSHEET 2011

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

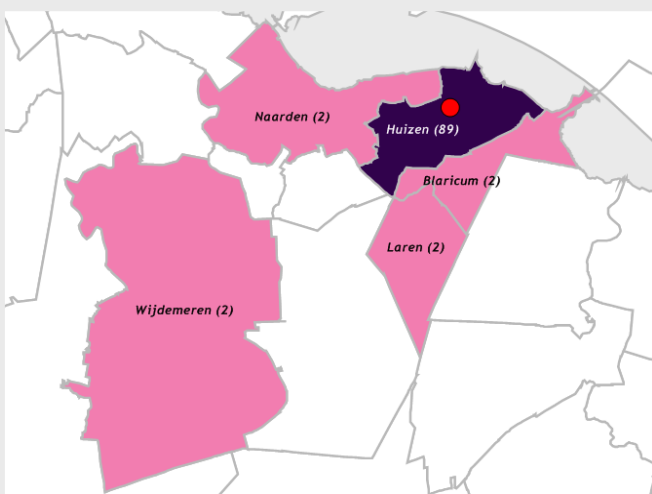


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Het winkelaanbod in het centrum van Huizen bestaat uit 107 winkels en 16.500 m² vloeroppervlak. In de dagelijkse en niet-dagelijkse sector zorgen eigen inwoners voor respectievelijk 89% en 76% van de omzet. De omzet in de dagelijkse sector is gegroeid van € 21 miljoen in 2004 naar € 32 miljoen in 2004, en is met name afkomstig van eigen inwoners, hoewel het winkelaanbod en het bindingspercentage maar iets zijn toegenomen. De toevloeiing in de niet-dagelijkse sector is met name afkomstig uit gemeente Blaricum (goed voor 11%). De meeste aankoopmomenten in Huizen Centrum zijn op zaterdag. Parkeermogelijkheden (8,1) en bereikbaarheid per auto (8,0) worden het beste en bovengemiddeld beoordeeld.

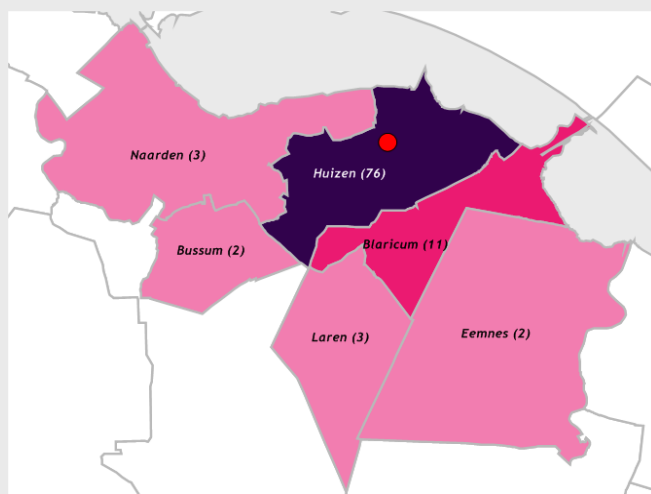
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Huizen centrum vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Huizen centrum vandaan (in %)



Omzet in Huizen centrum per artikelgroep

artikelgroep	Omzet uit gemeente		Omzet uit overig deel herkomstregio		Omzet uit elders		Totale omzet	
	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%
dagelijks	28,5 mln	89%	2,6 mln	8%	0,9 mln	3%	32,1 mln	100%
niet-dagelijks	30,0 mln	76%	8,0 mln	20%	1,7 mln	4%	39,7 mln	100%
waarvan:								
mode en luxe								
kleding	5,7 mln	68%	2,2 mln	26%	0,5 mln	6%	8,4 mln	100%
schoenen	1,4 mln	74%	0,3 mln	18%	0,2 mln	8%	1,9 mln	100%
juweliersartikelen	1,0 mln	68%	0,4 mln	25%	0,1 mln	7%	1,5 mln	100%
huishoudelijke artikelen	3,5 mln	75%	1,0 mln	21%	0,2 mln	5%	4,7 mln	100%
vrije tijd								
vrije tijds artikelen	6,2 mln	82%	1,3 mln	17%	0,1 mln	1%	7,5 mln	100%
in en om het huis								
woninginrichting	2,4 mln	76%	0,6 mln	19%	0,2 mln	5%	3,1 mln	100%
electro	5,4 mln	77%	1,3 mln	19%	0,3 mln	4%	7,0 mln	100%
doe-het-zelf artikelen	2,5 mln	76%	0,7 mln	21%	0,1 mln	3%	3,3 mln	100%
bloemen, planten en tuinartikelen	2,0 mln	85%	0,3 mln	13%	0,1 mln	2%	2,3 mln	100%

Kerngegevens Huizen centrum

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	24% - mln	39% - mln	32% - mln
	2011	27% 28 mln	29% 30 mln	28% 59 mln
Toevloeiing in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	11% 4 mln	24% 10 mln	18% 13 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Omzet in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	32 mln	40 mln	72 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ -	€ -	€ -
	2011	€ 10.359	€ 2.995	€ 4.387

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	19 winkels 2.777 m ²	41 winkels 7.556 m ²	10 winkels 1.387 m ²	21 winkels 2.691 m ²	1 winkels 35 m ²	3 winkels 691 m ²	95 winkels 15.137 m ²
2011	22 winkels 3.094 m ²	45 winkels 7.747 m ²	14 winkels 2.116 m ²	22 winkels 3.161 m ²	2 winkels 242 m ²	2 winkels 235 m ²	107 winkels 16.595 m ²

Bezoekfrequentie

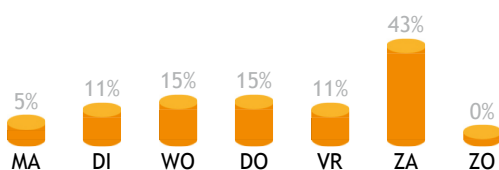
uitgesplitst naar inwoners gemeente Huizen en klanten van buiten deze gemeente

	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	78%	22%	0%	0%
overig	-%	-%	-%	-%

	Winkelen			
	Vaker dan 1 keer per week	1 keer per week	1-2 keer per maand	Minder dan 1-2 keer per maand
gemeente	39%	23%	27%	12%
overig	5%	11%	55%	30%

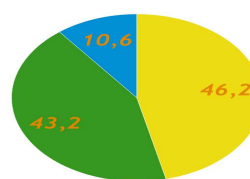
Aankoopmomenten

Winkelen

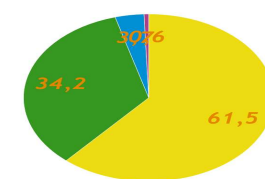


Vervoer

Dagelijkse/wekelijkse boodschappen



Winkelen



Beoordeling kwaliteitsaspecten

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

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