

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Lansingerland hun aankopen in de eigen gemeente en komen ook bezoekers van buiten de gemeente hier dagelijkse of niet-dagelijkse artikelen kopen? En hoe verhoudt de kooporiëntatie van inwoners zich met gemeenten van vergelijkbare omvang? U vindt de antwoorden in deze factsheet, waarin aanvullend ook gegevens zijn opgenomen over de kooporiëntatie op aanvullende aankoopkanalen zoals internet en warenmarkt, en het winkelaanbod in deze gemeente.

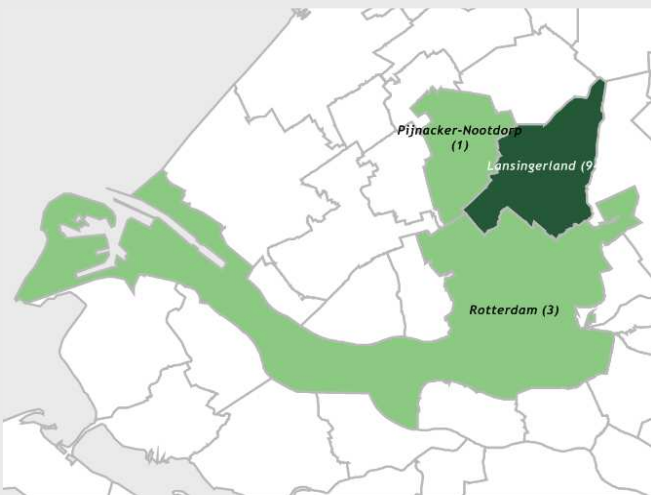


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Bijna negen op de tien inwoners (85%) blijft voor dagelijkse boodschappen in Lansingerland. In de niet-dagelijkse sector is dit tweevijfde (43%). Beide cijfers liggen lager dan in de referentiegemeenten (respectievelijk 89 en 60%). Omzet uit Lansingerland vloeit vooral weg naar Zoetermeer en Rotterdam. Er is beperkte toevloeiing uit Pijnacker-Nootdorp. Inwoners van Lansingerland doen minder vaak aankopen via internet (63%) en bezoeken minder vaak een koopzondag (56%) dan inwoners van de referentiegemeenten (respectievelijk 73 en 65%). De bestedingen op koopzondagen liggen in Lansingerland licht hoger (105 euro) dan in de vergelijkbare gemeenten (93 euro).

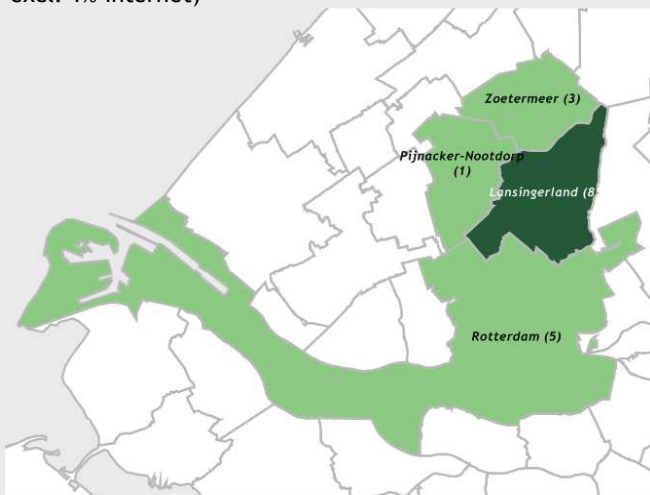
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Lansingerland vandaan (in %)



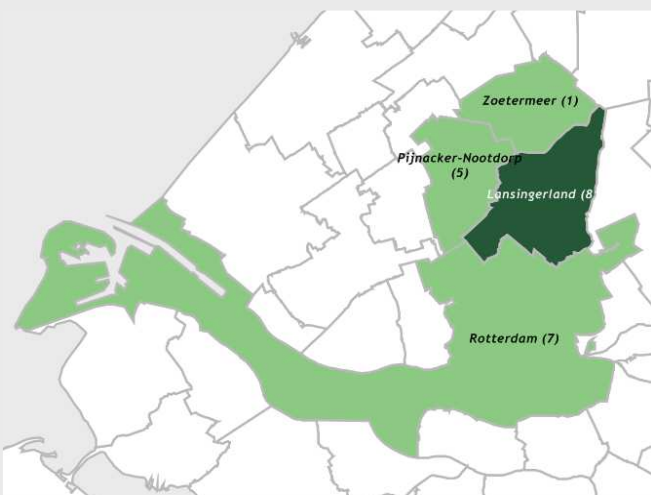
Dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Lansingerland naar toe (in %, excl. 1% internet)



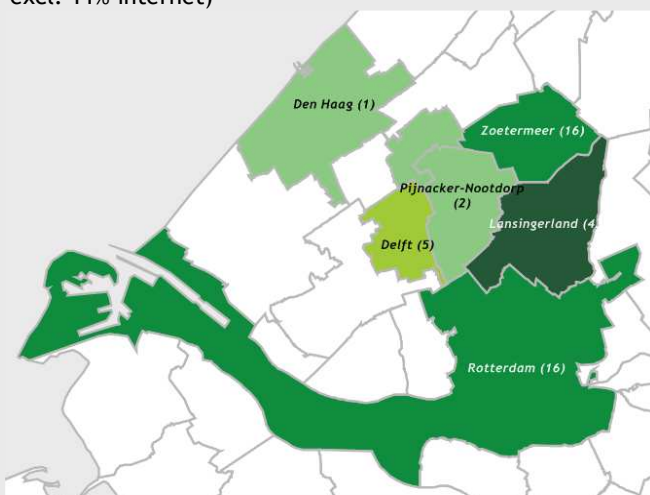
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Lansingerland vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Lansingerland naar toe (in %, excl. 11% internet)



Kerngegevens Lansingerland

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	89% 76 mln	44% 45 mln	64% 122 mln
	2011	85% 115 mln	43% 58 mln	64% 173 mln
Toevloeiing in % en €	2004	11% 10 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	6% 8 mln	19% 13 mln	11% 21 mln
Omzet in €	2004	86 mln	- mln	- mln
	2011	123 mln	71 mln	194 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	11% 10 mln	56% 58 mln	36% 68 mln
	2011	14% 18 mln	46% 62 mln	30% 80 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 1 mln	11% 15 mln	6% 16 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	86 mln	103 mln	189 mln
	2011	135 mln	135 mln	270 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 8.598	€ -	€ -
	2011	€ 9.718	€ 1.255	€ 2.794

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	55 winkels 10.011 m ²	53 winkels 6.558 m ²	16 winkels 1.887 m ²	69 winkels 36.653 m ²	4 winkels 255 m ²	3 winkels 837 m ²	200 winkels 56.201 m ²
2011	53 winkels 12.654 m ²	58 winkels 7.473 m ²	16 winkels 2.239 m ²	70 winkels 46.647 m ²	8 winkels 592 m ²	11 winkels 1.333 m ²	216 winkels 70.938 m ²

Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 50.000-100.000 inwoners)

Hoeveel procent van de inwoners...	aankoop-/bezoekpercentage		gemiddelde besteding	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
doet internetaankopen	63%	73%	€ 109	€ 118
doet warenmarktaankopen	66%	70%	€ 21	€ 24
bezoekt koopzondag	56%	65%	€ 105	€ 93
bezoekt een supermarkt op zondag	44%	51%	€ 28	€ 33
doet woon-werk aankopen	70%	70%	€ 54	€ 41

Kerngegevens vergeleken

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 50.000-100.000 inwoners)

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	85%	89%	43%	60%
vloerproductiviteit	9.718	7.873	1.255	1.817
m ² vwo per 1.000 inwoners	241 m ²	321 m ²	1.084 m ²	1.290 m ²