

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Almere 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.

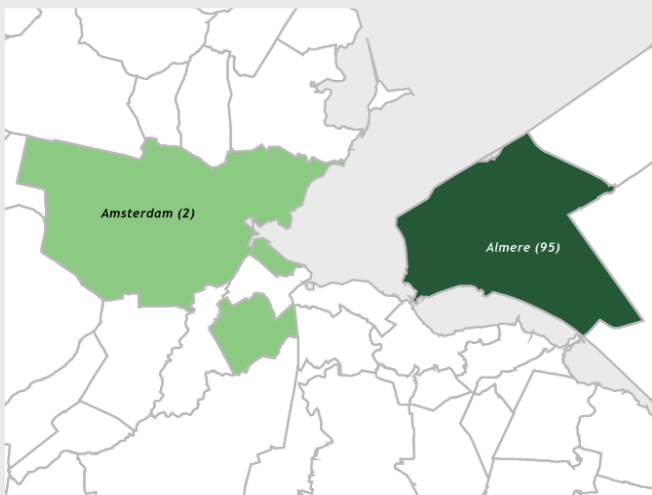


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Negen op de tien inwoners van Almere doet haar dagelijkse boodschappen in de eigen gemeente (91%). De binding voor niet-dagelijkse artikelen bedraagt 75% en deze ligt daarmee wat hoger dan in gemeenten van vergelijkbare omvang (68%). Met name in de niet-dagelijkse artikelen komt enige omzet uit omliggende gemeenten. Aan de andere kant vloeit ook omzet af naar Amsterdam. Het winkelaanbod is in vergelijking met 2004 aanzienlijk toegenomen, zowel in aantal winkels als het totale vloeroppervlakte. In de categorie mode en luxe is de toename relatief gezien het sterkst met ruim een verdubbeling van het vloeroppervlak. Tegelijkertijd is het winkeloppervlak dat leeg staat, verdrievoudigd.

Dagelijkse artikelen

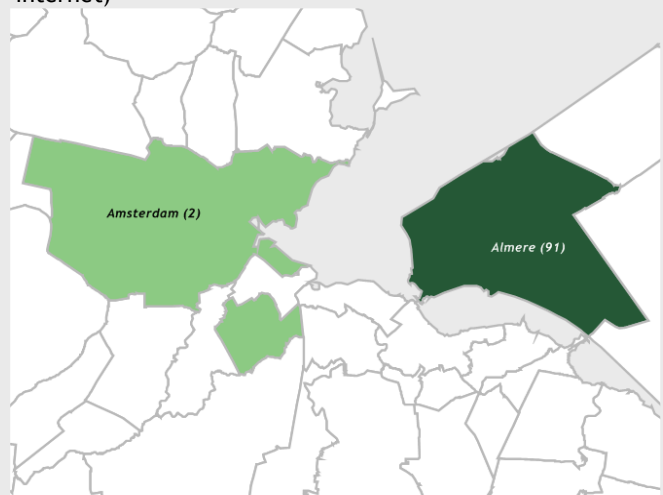
Waar komt omzet in Almere vandaan (in %)



overig Nederland: 3

Dagelijkse artikelen

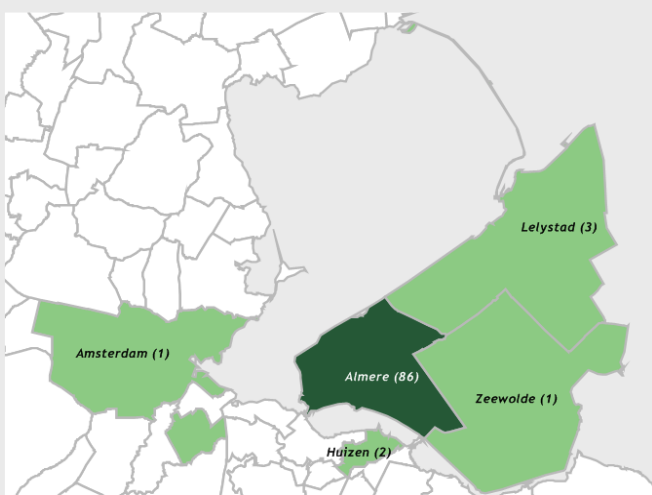
Waar gaan bestedingen uit Almere naar toe (in %, excl. 1% internet)



overig Nederland: 5

Niet-dagelijkse artikelen

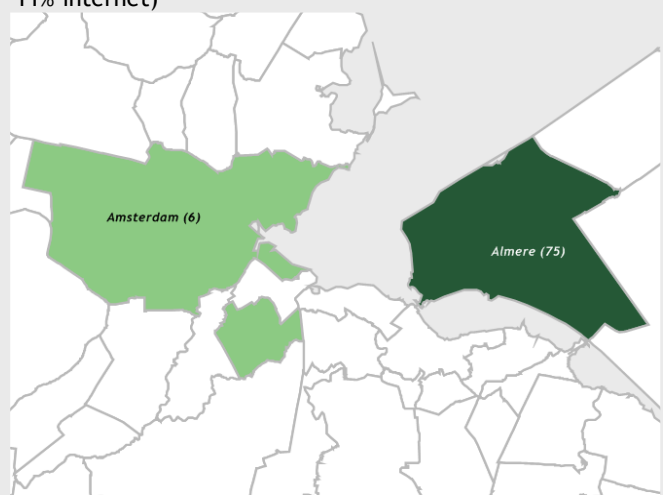
Waar komt omzet in Almere vandaan (in %)



overig Nederland: 7

Niet-dagelijkse artikelen

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



overig Nederland: 8

Kerngegevens Almere

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	91% 418 mln	75% 328 mln	83% 746 mln
Toevloeiing in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	5% 21 mln	14% 52 mln	9% 73 mln
Omzet in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	439 mln	380 mln	819 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	7% 33 mln	14% 62 mln	11% 95 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 6 mln	11% 46 mln	6% 53 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	458 mln	436 mln	893 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ -	€ -	€ -
	2011	€ 8.003	€ 1.837	€ 3.130

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	140 winkels 39.138 m ²	128 winkels 26.336 m ²	62 winkels 11.298 m ²	219 winkels 113.255 m ²	23 winkels 4.775 m ²	18 winkels 5.273 m ²	590 winkels 200.075 m ²
2011	172 winkels 54.836 m ²	209 winkels 57.156 m ²	78 winkels 18.411 m ²	195 winkels 123.927 m ²	35 winkels 7.270 m ²	71 winkels 15.816 m ²	760 winkels 277.416 m ²

Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 100.000-200.000 inwoners)

Hoeveel procent van de inwoners...	aankoop-/bezoekpercentage		gemiddelde besteding	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
doet internetaankopen	73%	76%	€ 125	€ 124
doet warenmarktaankopen	73%	70%	€ 34	€ 26
bezoekt koopzondag	80%	72%	€ 86	€ 89
bezoekt een supermarkt op zondag	85%	62%	€ 35	€ 31
doet woon-werk aankopen	72%	73%	€ 48	€ 40

Kerngegevens vergeleken

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 100.000-200.000 inwoners)

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	91%	90%	75%	68%
vloerproductiviteit	8.003	7.735	1.837	1.886
m ² vwo per 1.000 inwoners	291 m ²	314 m ²	1.099 m ²	1.250 m ²