

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Utrecht 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.

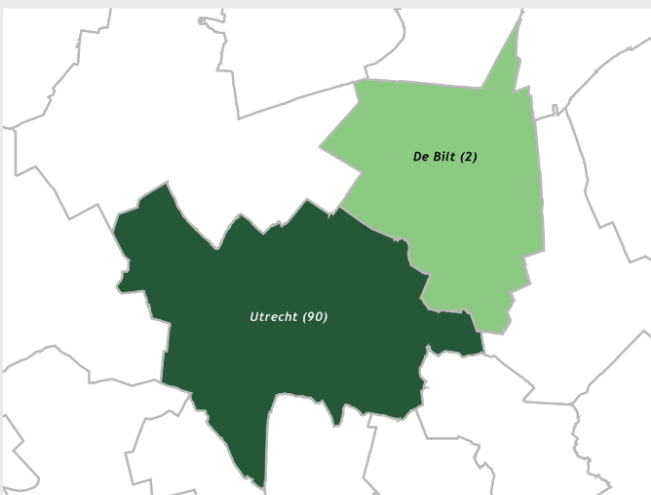


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

De meeste inwoners van Utrecht doen hun dagelijkse boodschappen in de eigen gemeente (92%). Ook voor niet-dagelijkse artikelen is het binding aan Utrecht hoog (76%). Gemiddeld bedraagt de binding in gemeenten met minimaal 200.000 inwoners 69%. Voor niet-dagelijkse artikelen heeft Utrecht een landelijke trekkracht (21% van de omzet komt uit overig Nederland). Vanuit omliggende gemeenten is er vooral toevloeiing uit Nieuwegein, De Bilt en Stichtse Vecht. Het aantal winkels is in de periode 2004-2011 vrijwel gelijk gebleven. Het aantal winkelmeters is met ongeveer 70.000 m2 gestegen. De leegstand is in deze periode eveneens toegenomen.

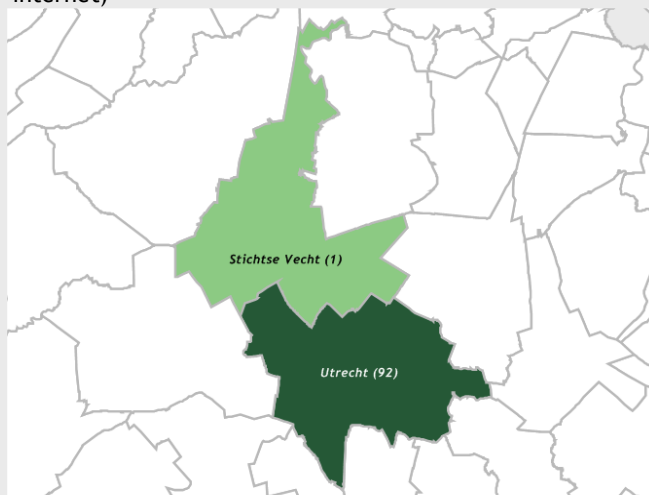
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Utrecht vandaan (in %)



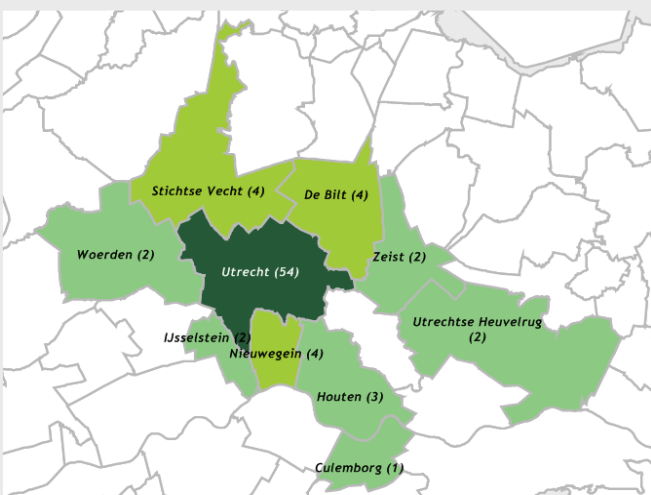
Dagelijkse artikelen

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



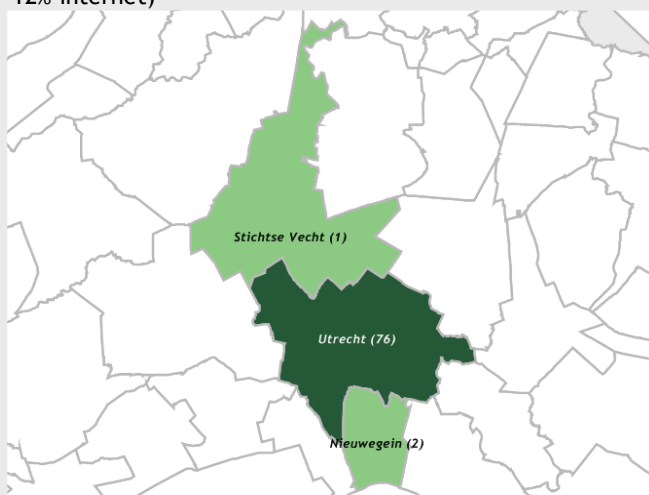
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Utrecht vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Utrecht naar toe (in %, excl. 12% internet)



Kerngegevens Utrecht

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	93% 529 mln	86% 562 mln	89% 1.091 mln
	2011	92% 680 mln	76% 529 mln	84% 1.209 mln
Toevloeiing in % en €	2004	6% 33 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	10% 76 mln	46% 442 mln	30% 519 mln
Omzet in €	2004	562 mln	- mln	- mln
	2011	756 mln	971 mln	1.727 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	7% 40 mln	14% 90 mln	11% 130 mln
	2011	7% 51 mln	12% 83 mln	9% 134 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 9 mln	12% 83 mln	6% 92 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	570 mln	651 mln	1.221 mln
	2011	740 mln	695 mln	1.435 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 7.853	€ -	€ -
	2011	€ 8.252	€ 2.432	€ 3.518

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	543 winkels 71.577 m ²	556 winkels 111.863 m ²	213 winkels 29.751 m ²	546 winkels 197.475 m ²	104 winkels 10.782 m ²	153 winkels 26.409 m ²	2.115 winkels 447.857 m ²
2011	539 winkels 91.611 m ²	628 winkels 125.241 m ²	170 winkels 34.971 m ²	484 winkels 226.451 m ²	106 winkels 12.761 m ²	182 winkels 33.515 m ²	2.109 winkels 524.550 m ²

Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten vanaf 200.000 inwoners)

Hoeveel procent van de inwoners...	aankoop-/bezoekpercentage		gemiddelde besteding	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
doet internetaankopen	75%	76%	€ 112	€ 131
doet warenmarktaankopen	62%	65%	€ 27	€ 45
bezoekt koopzondag	70%	79%	€ 88	€ 80
bezoekt een supermarkt op zondag	68%	77%	€ 27	€ 36
doet woon-werk aankopen	76%	77%	€ 43	€ 46

Kerngegevens vergeleken

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten vanaf 200.000 inwoners)

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	92%	89%	76%	69%
vloerproductiviteit	8.252	7.309	2.432	2.163
m ² vwo per 1.000 inwoners	298 m ²	316 m ²	1.301 m ²	1.060 m ²