

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Amsterdam 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.

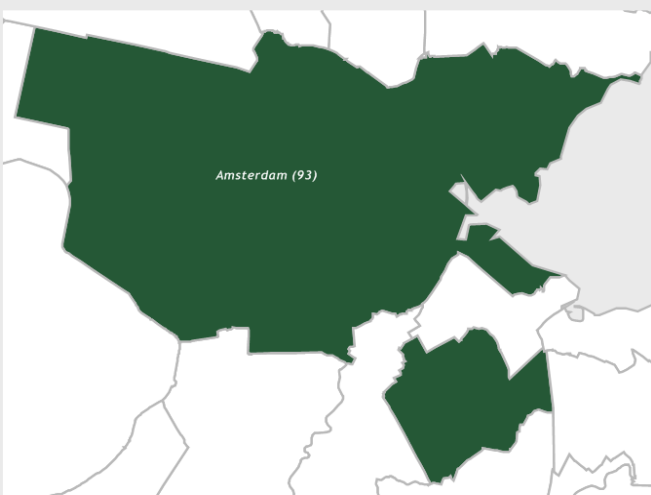


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

De dagelijkse boodschappen worden door Amsterdammers vooral in de eigen gemeente gedaan (binding 89%), terwijl de binding voor niet-dagelijkse artikelen 71% bedraagt. Beide bindingspercentages zijn afgenomen ten opzichte van 2004. Amsterdam kent voor niet-dagelijkse artikelen een relatief grote omzet afkomstig uit overig Nederland (18%). Daarnaast komt een deel van de toevloeiing uit Amstelveen (3%) en Zaanstad (2%). De ontwikkeling van het winkelaanbod kenmerkt zich door een toename van de leegstand en winkels in mode en luxe. Amsterdammers doen relatief vaak internetaankopen en bezoeken vaker dan gemiddeld een supermarkt op zondag.

Dagelijkse artikelen

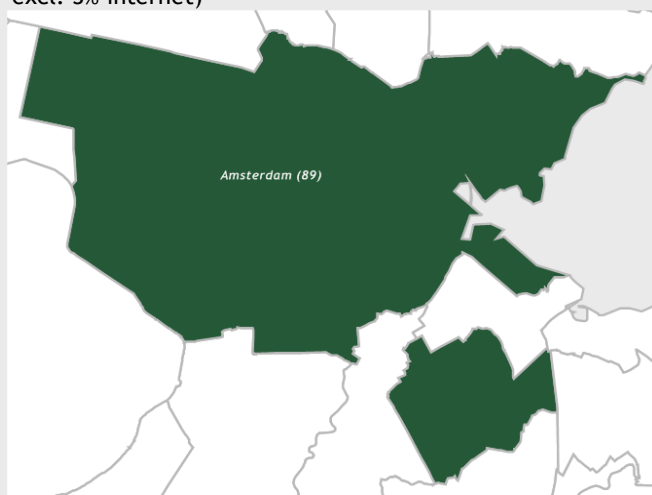
Waar komt omzet in Amsterdam vandaan (in %)



overig Nederland: 7

Dagelijkse artikelen

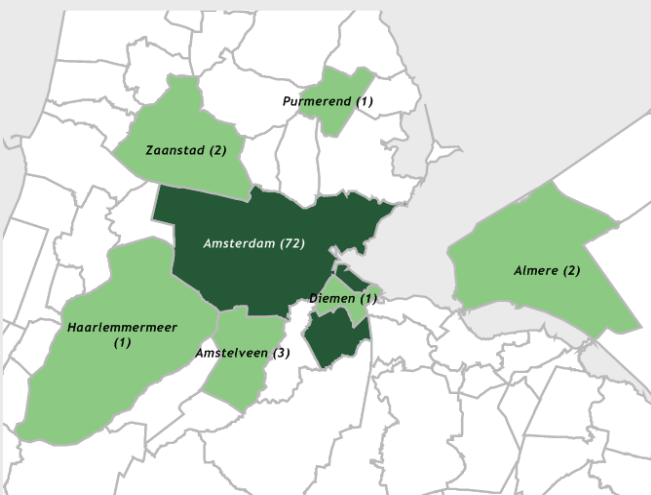
Waar gaan bestedingen uit Amsterdam naar toe (in %, excl. 3% internet)



overig Nederland: 9

Niet-dagelijkse artikelen

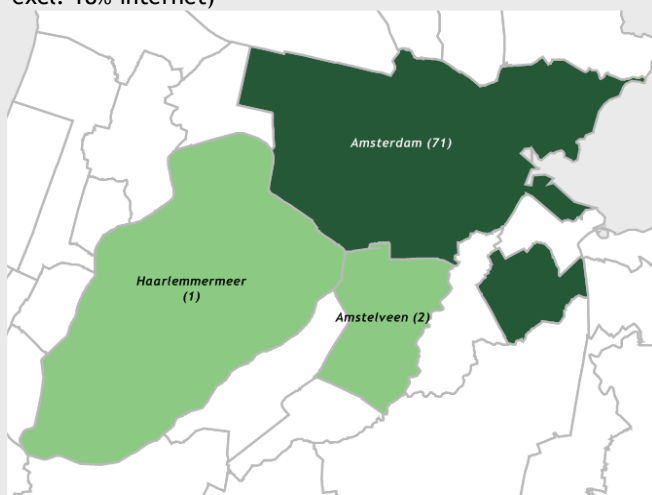
Waar komt omzet in Amsterdam vandaan (in %)



overig Nederland: 18

Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Amsterdam naar toe (in %, excl. 18% internet)



overig Nederland: 8

Kerngegevens Amsterdam

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	89% 1.611 mln	71% 1.185 mln	80% 2.796 mln
Toevloeiing in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	7% 116 mln	28% 456 mln	17% 572 mln
Omzet in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	1.727 mln	1.642 mln	3.368 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	9% 155 mln	11% 180 mln	10% 335 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	3% 49 mln	18% 305 mln	10% 354 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	1.815 mln	1.670 mln	3.485 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ -	€ -	€ -
	2011	€ 7.359	€ 2.093	€ 3.305

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	1.949 winkels 210.352 m ²	1.918 winkels 238.359 m ²	592 winkels 77.723 m ²	1.272 winkels 377.564 m ²	486 winkels 37.933 m ²	387 winkels 61.741 m ²	6.604 winkels 1.003.672 m ²
2011	1.832 winkels 234.656 m ²	2.015 winkels 278.565 m ²	506 winkels 75.212 m ²	1.169 winkels 385.908 m ²	567 winkels 44.713 m ²	476 winkels 74.414 m ²	6.565 winkels 1.093.468 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	86%	76%	€ 139	€ 131
doet warenmarktaankopen	68%	65%	€ 69	€ 45
bezoekt koopzondag	88%	79%	€ 70	€ 80
bezoekt een supermarkt op zondag	88%	77%	€ 38	€ 36
doet woon-werk aankopen	81%	77%	€ 42	€ 46

Kerngegevens vergeleken

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten vanaf 200.000 inwoners)

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	89%	89%	71%	69%
vloerproductiviteit	7.359	7.309	2.093	2.163
m ² wvo per 1.000 inwoners	306 m ²	316 m ²	1.022 m ²	1.060 m ²