

## FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Anna Paulowna 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.

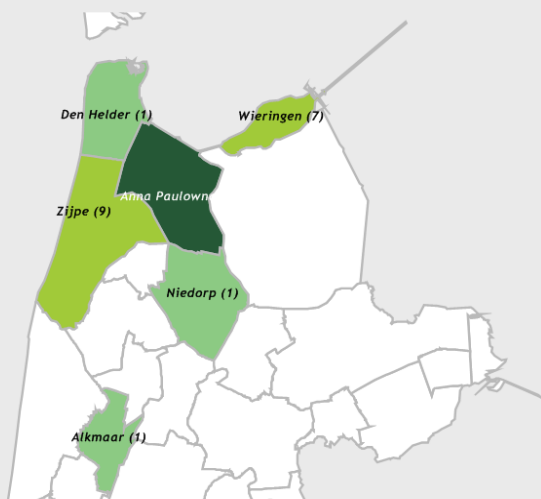


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

De inwoners van Anna Paulowna kopen de dagelijkse artikelen vooral in de eigen gemeente. De binding bedraagt 88%. De niet dagelijkse artikelen koopt meer dan de helft van de inwoners buiten de gemeente, vooral in Den Helder en Schagen. De winkels van Anna Paulowna trekken ook inwoners van omliggende gemeenten. Een kwart van de omzet komt van buiten, met name uit Zijpe en Wieringen. Inwoners van de gemeente maken relatief vaak gebruik van de mogelijkheid om op zondag inkopen te doen. Het aantal winkels in Anna Paulowna is gedaald, maar het totale winkeloppervlak is sterk gestegen, wat volledig te danken is aan de winkels die artikelen voor in en om het huis verkopen.

## Dagelijkse artikelen

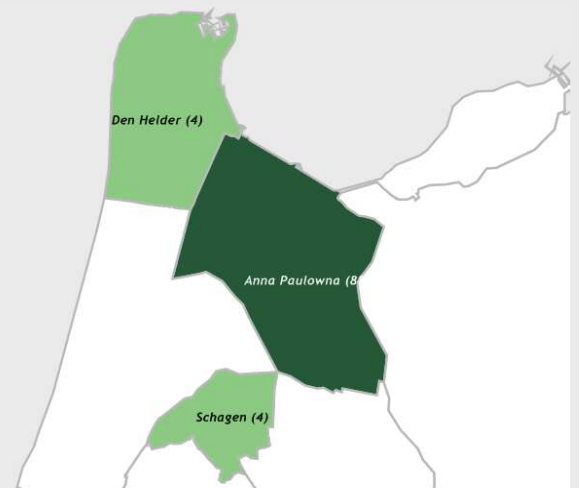
Waar komt omzet in Anna Paulowna vandaan (in %)



overig Nederland: 2

## Dagelijkse artikelen

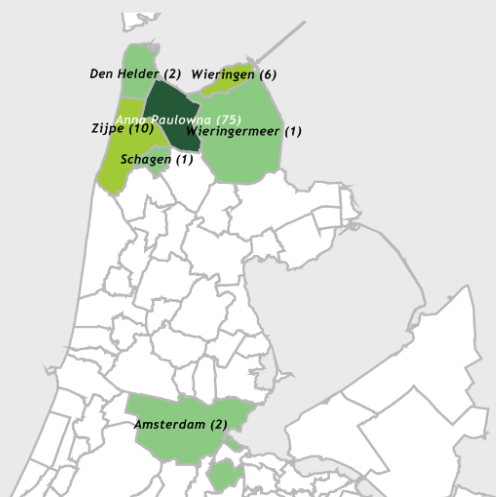
Waar gaan bestedingen uit Anna Paulowna naar toe (in %, excl. 0% internet)



overig Nederland: 4

## Niet-dagelijkse artikelen

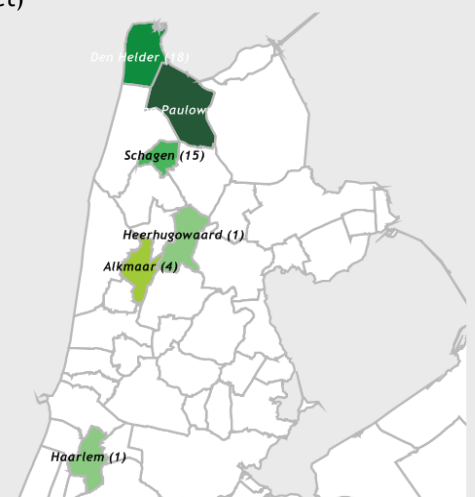
Waar komt omzet in Anna Paulowna vandaan (in %)



overig Nederland: 2

## Niet-dagelijkse artikelen

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



overig Nederland: 8

## Kerngegevens Anna Paulowna

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	88% 30 mln	40% 13 mln	65% 43 mln
Toevloeiing in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	22% 9 mln	25% 4 mln	23% 13 mln
Omzet in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	39 mln	17 mln	56 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	12% 4 mln	48% 16 mln	30% 20 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	0% 0 mln	12% 4 mln	6% 4 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	34 mln	33 mln	67 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ -	€ -	€ -
	2011	€ 6.508	€ 850	€ 2.129

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	19 winkels 5.613 m <sup>2</sup>	19 winkels 2.391 m <sup>2</sup>	7 winkels 664 m <sup>2</sup>	25 winkels 10.408 m <sup>2</sup>	0 winkels 0 m <sup>2</sup>	5 winkels 1.993 m <sup>2</sup>	75 winkels 21.069 m <sup>2</sup>
2011	20 winkels 5.982 m <sup>2</sup>	17 winkels 2.674 m <sup>2</sup>	4 winkels 499 m <sup>2</sup>	24 winkels 16.172 m <sup>2</sup>	2 winkels 1.145 m <sup>2</sup>	1 winkels 90 m <sup>2</sup>	68 winkels 26.562 m <sup>2</sup>

## Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 10.000-20.000 inwoners)

Hoeveel procent van de inwoners...	aankoop-/bezoekpercentage		gemiddelde besteding	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
doet internetaankopen	77%	70%	€ 154	€ 125
doet warenmarktaankopen	61%	67%	€ 17	€ 24
bezoekt koopzondag	70%	48%	€ 47	€ 126
bezoekt een supermarkt op zondag	72%	36%	€ 27	€ 36
doet woon-werk aankopen	65%	68%	€ 31	€ 41

## Kerngegevens vergeleken

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 10.000-20.000 inwoners)

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	88%	72%	40%	30%
vloerproductiviteit	6.508	6.797	850	1.154
m <sup>2</sup> vwo per 1.000 inwoners	420 m <sup>2</sup>	326 m <sup>2</sup>	1.440 m <sup>2</sup>	1.042 m <sup>2</sup>