

# FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Bussum 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.

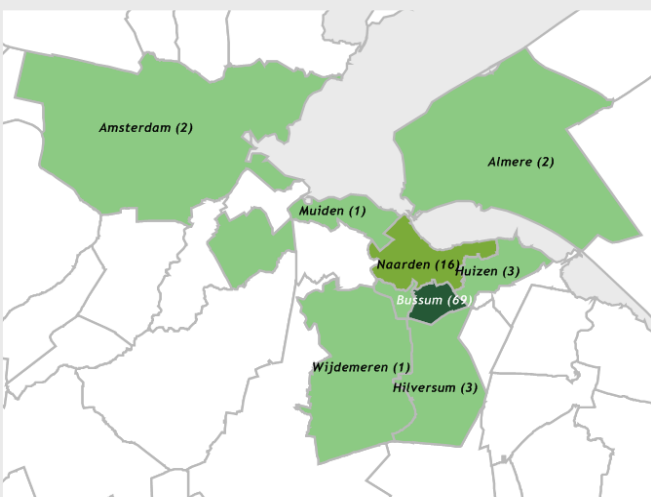


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Het overgrote deel van de inwoners van Bussum (88%) doet de dagelijkse boodschappen in de eigen gemeente. In 2004 was dit nog 95%. De binding voor niet-dagelijkse artikelen is in 2011 55%, tegenover 70% in 2004. Bussum trekt in beide branches vooral omzet aan uit Naarden en in mindere mate uit Hilversum en Huizen. Bussum verliest niet-dagelijkse omzet aan Hilversum, Amsterdam en Huizen. De leegstand van winkels is in de periode 2004-2011 met 78% toegenomen. Bussummers bezoeken minder vaak een supermarkt op zondag of een koopzondag dan gemiddeld inwoners uit gemeenten van vergelijkbare grootte doen. Hier staat tegenover dat men vaker aankopen doet op een warenmarkt.

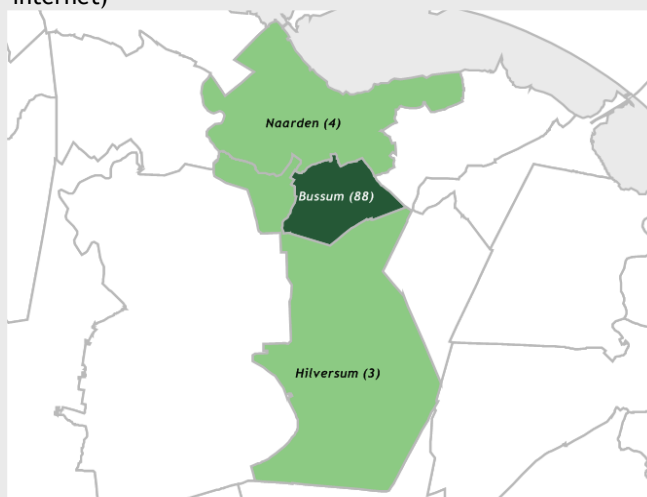
## Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Bussum vandaan (in %)



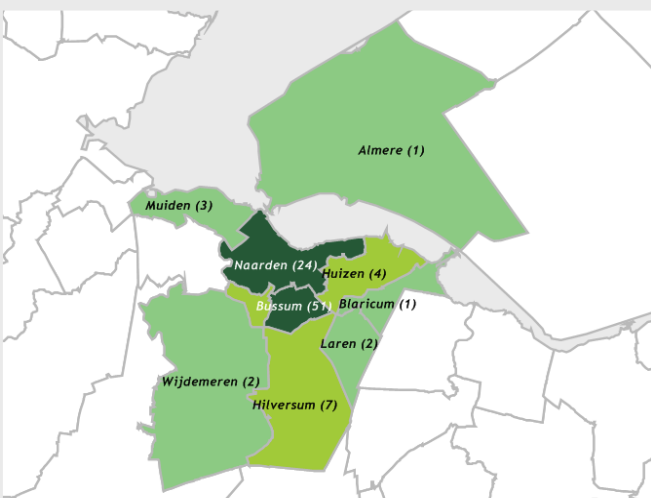
## Dagelijkse artikelen

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



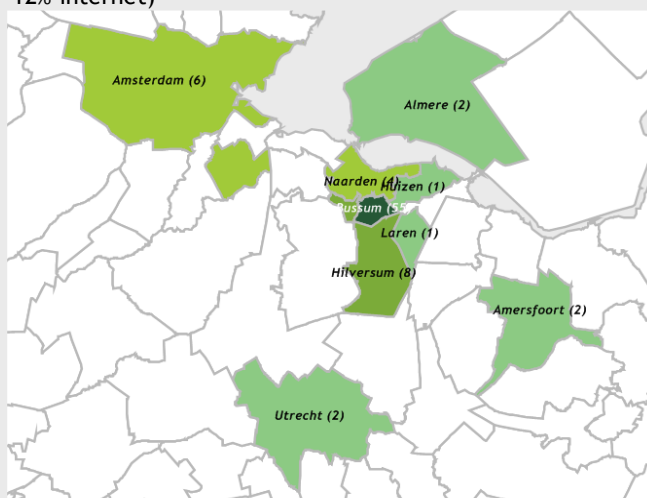
## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Bussum vandaan (in %)



## Niet-dagelijkse artikelen

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



## Kerngegevens Bussum

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	95% 61 mln	70% 53 mln	81% 115 mln
	2011	88% 72 mln	55% 45 mln	72% 117 mln
Toevloeiing in % en €	2004	22% 17 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	31% 32 mln	49% 43 mln	39% 75 mln
Omzet in €	2004	78 mln	- mln	- mln
	2011	104 mln	87 mln	191 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	5% 4 mln	30% 23 mln	19% 27 mln
	2011	11% 9 mln	33% 27 mln	22% 36 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 1 mln	12% 10 mln	6% 10 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	65 mln	77 mln	141 mln
	2011	82 mln	81 mln	163 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 6.045	€ -	€ -
	2011	€ 7.906	€ 1.892	€ 3.223

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	92 winkels 12.943 m <sup>2</sup>	116 winkels 13.440 m <sup>2</sup>	45 winkels 6.176 m <sup>2</sup>	129 winkels 23.669 m <sup>2</sup>	17 winkels 1.110 m <sup>2</sup>	25 winkels 3.853 m <sup>2</sup>	424 winkels 61.191 m <sup>2</sup>
2011	84 winkels 13.137 m <sup>2</sup>	119 winkels 13.997 m <sup>2</sup>	36 winkels 5.568 m <sup>2</sup>	108 winkels 25.562 m <sup>2</sup>	16 winkels 1.103 m <sup>2</sup>	56 winkels 6.859 m <sup>2</sup>	419 winkels 66.226 m <sup>2</sup>

## Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 20.000-50.000 inwoners)

Hoeveel procent van de inwoners...	aankoop-/bezoekpercentage		gemiddelde besteding	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
doet internetaankopen	66%	74%	€ 112	€ 129
doet warenmarktaankopen	71%	66%	€ 24	€ 28
bezoekt koopzondag	50%	57%	€ 127	€ 113
bezoekt een supermarkt op zondag	30%	40%	€ 40	€ 42
doet woon-werk aankopen	66%	70%	€ 45	€ 39

## Kerngegevens vergeleken

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 20.000-50.000 inwoners)

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	88%	82%	55%	42%
vloerproductiviteit	7.906	7.725	1.892	1.423
m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners	409 m <sup>2</sup>	324 m <sup>2</sup>	1.440 m <sup>2</sup>	1.242 m <sup>2</sup>