

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Hilversum 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.

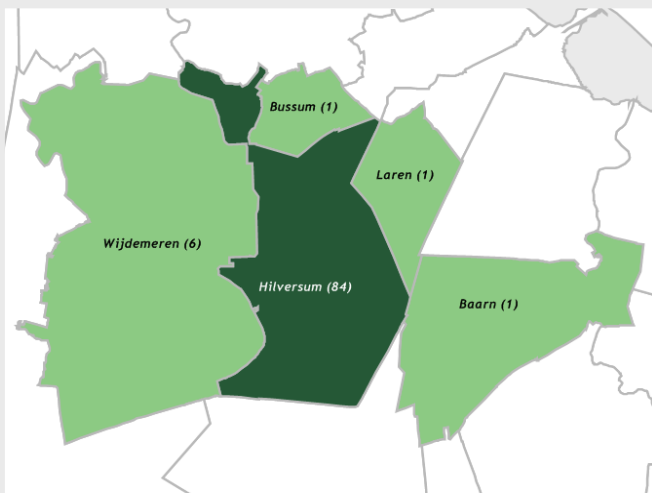


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Negen van de tien Hilversummers (89%) kopen hun dagelijkse artikelen vooral in de gemeente zelf. Voor niet-dagelijkse artikelen is dit tweederde (65%). Beide bindingscijfers zijn lager dan in 2004 (93% dagelijks en 77% niet-dagelijks). In beide branches trekt Hilversum omzet aan uit omliggende gemeenten en dan vooral uit Wijdmeren. Ten opzichte van 2004 is het winkelaanbod in Hilversum gedaald, waarbij met name de daling van het aantal winkelmeters in de branche 'in en om het huis' opvalt (-4.600 m2 WVO). Driekwart van de inwoners doet wel eens aankopen via internet. Gemiddeld geven zij hierbij €153 uit, in gemeenten van vergelijkbare grootte (50.000-100.000 inw.) is dit €118.

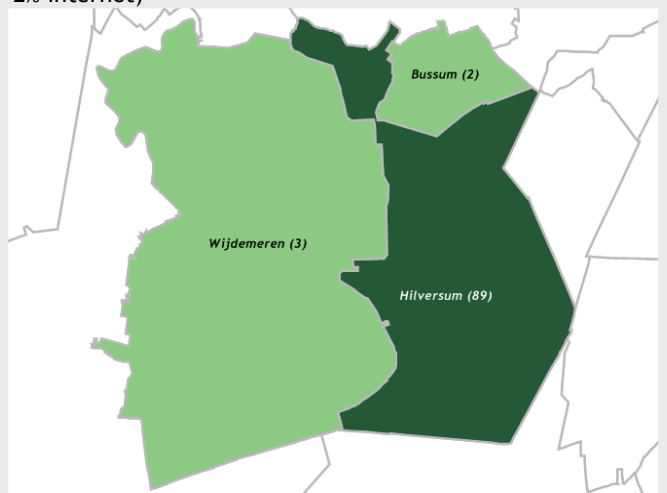
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Hilversum vandaan (in %)



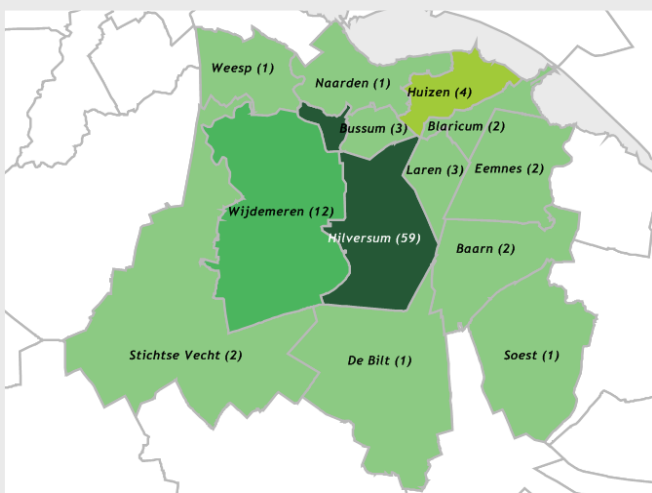
Dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Hilversum naar toe (in %, excl. 2% internet)



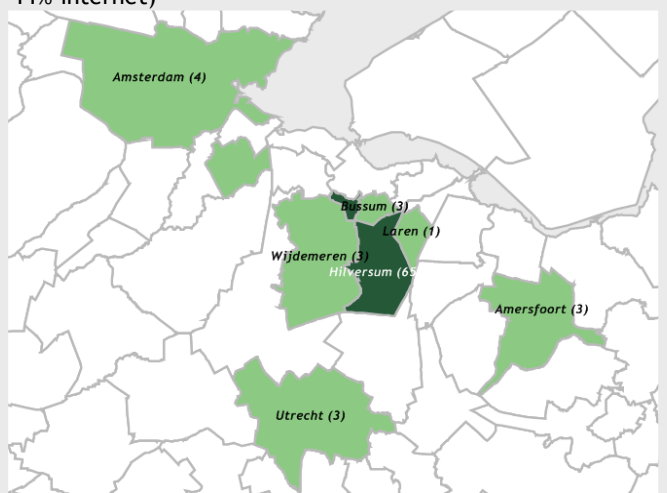
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Hilversum vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

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



Kerngegevens Hilversum

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	93% 161 mln	77% 153 mln	85% 314 mln
	2011	89% 184 mln	65% 130 mln	77% 314 mln
Toevloeiing in % en €	2004	10% 18 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	16% 35 mln	41% 89 mln	28% 124 mln
Omzet in €	2004	179 mln	- mln	- mln
	2011	219 mln	219 mln	438 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	7% 13 mln	23% 45 mln	15% 57 mln
	2011	9% 19 mln	24% 49 mln	17% 68 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	2% 4 mln	11% 21 mln	6% 26 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	174 mln	198 mln	371 mln
	2011	208 mln	200 mln	408 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 6.446	€ -	€ -
	2011	€ 7.614	€ 2.115	€ 3.312

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	173 winkels 27.826 m ²	248 winkels 44.722 m ²	87 winkels 12.342 m ²	210 winkels 46.108 m ²	41 winkels 2.976 m ²	85 winkels 13.484 m ²	844 winkels 147.458 m ²
2011	157 winkels 28.749 m ²	226 winkels 45.763 m ²	67 winkels 11.482 m ²	188 winkels 41.510 m ²	46 winkels 4.613 m ²	103 winkels 11.647 m ²	787 winkels 143.764 m ²

Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 50.000-100.000 inwoners)

Hoeveel procent van de inwoners...	aankoop-/bezoekpercentage		gemiddelde besteding	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
doet internetaankopen	73%	73%	€ 153	€ 118
doet warenmarktaankopen	71%	70%	€ 34	€ 24
bezoekt koopzondag	60%	65%	€ 96	€ 93
bezoekt een supermarkt op zondag	56%	51%	€ 40	€ 33
doet woon-werk aankopen	73%	70%	€ 57	€ 41

Kerngegevens vergeleken

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 50.000-100.000 inwoners)

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	89%	89%	65%	60%
vloerproductiviteit	7.614	7.873	2.115	1.817
m ² vwo per 1.000 inwoners	340 m ²	321 m ²	1.222 m ²	1.290 m ²