

# FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Laren 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.

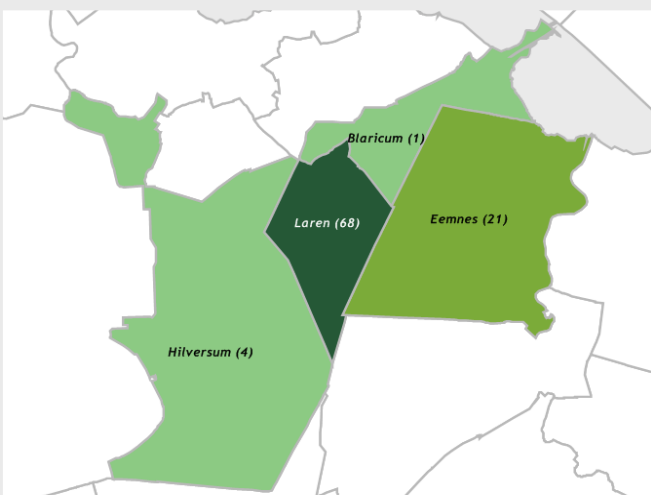


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Voor dagelijkse artikelen neemt de binding aan Laren af van 87% in 2004 naar 67% in 2011. In de vergelijkbare gemeenten is dit percentage 72%. Dagelijkse bestedingen vloeien vooral naar Hilversum en Blaricum. Ook voor niet-dagelijkse artikelen neemt de binding aan Laren af: van 42% in 2004 naar 36% in 2011. Dit is wel hoger dan de gemiddelde binding in de referentiegemeenten (30%). Niet-dagelijkse omzet vloeit vanuit Laren vooral naar Hilversum, Huizen en Amersfoort. Net als in 2004 heeft Laren in 2011 weinig leegstand. Van de inwoners van Laren doet 57% (wel eens) aankopen via internet, in de vergelijkbare gemeenten is dit 70%. Wel gaat men vaker dan gemiddeld op zondag naar de supermarkt.

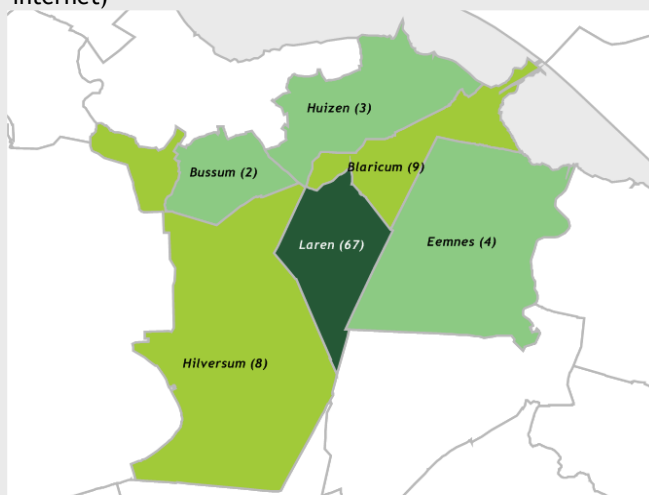
## Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Laren vandaan (in %)



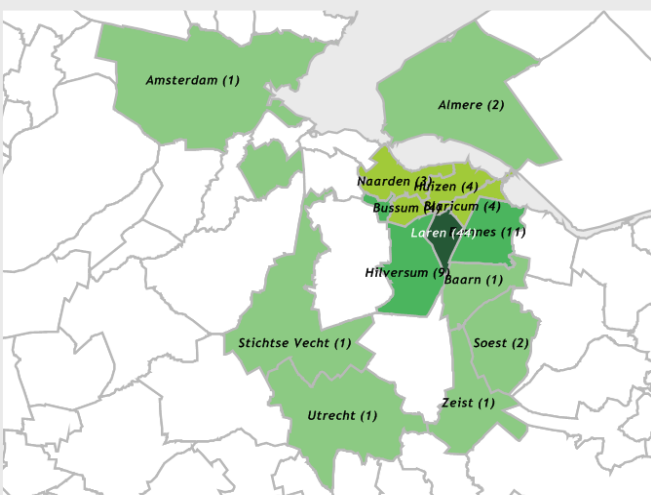
## Dagelijkse artikelen

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



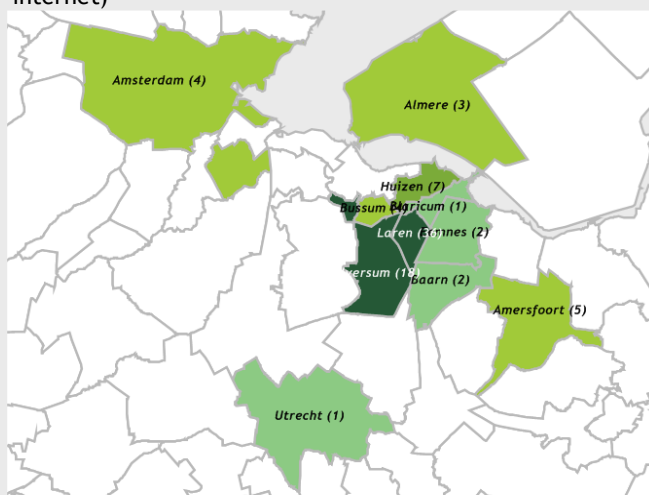
## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Laren vandaan (in %)



## Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Laren naar toe (in %, excl. 7% internet)



## Kerngegevens Laren

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	87% 21 mln	42% 13 mln	62% 34 mln
	2011	67% 20 mln	36% 11 mln	51% 32 mln
Toevloeiing in % en €	2004	29% 9 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	32% 10 mln	56% 14 mln	43% 24 mln
Omzet in €	2004	30 mln	- mln	- mln
	2011	30 mln	25 mln	55 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	13% 3 mln	58% 18 mln	38% 21 mln
	2011	32% 10 mln	57% 18 mln	45% 28 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 0 mln	7% 2 mln	4% 3 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	24 mln	31 mln	55 mln
	2011	30 mln	31 mln	62 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 7.915	€ -	€ -
	2011	€ 7.163	€ 1.658	€ 2.841

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	27 winkels 3.781 m <sup>2</sup>	88 winkels 6.784 m <sup>2</sup>	10 winkels 1.399 m <sup>2</sup>	34 winkels 4.602 m <sup>2</sup>	4 winkels 258 m <sup>2</sup>	4 winkels 395 m <sup>2</sup>	167 winkels 17.219 m <sup>2</sup>
2011	31 winkels 4.196 m <sup>2</sup>	90 winkels 8.200 m <sup>2</sup>	6 winkels 1.058 m <sup>2</sup>	35 winkels 5.804 m <sup>2</sup>	3 winkels 271 m <sup>2</sup>	7 winkels 556 m <sup>2</sup>	172 winkels 20.085 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	57%	70%	€ 139	€ 125
doet warenmarktaankopen	78%	67%	€ 24	€ 24
bezoekt koopzondag	42%	48%	€ 73	€ 126
bezoekt een supermarkt op zondag	51%	36%	€ 38	€ 36
doet woon-werk aankopen	59%	68%	€ 60	€ 41

## Kerngegevens vergeleken

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

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	67%	72%	36%	30%
vloerproductiviteit	7.163	6.797	1.658	1.154
m <sup>2</sup> vwo per 1.000 inwoners	371 m <sup>2</sup>	326 m <sup>2</sup>	1.355 m <sup>2</sup>	1.042 m <sup>2</sup>