

## FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Uithoorn 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.

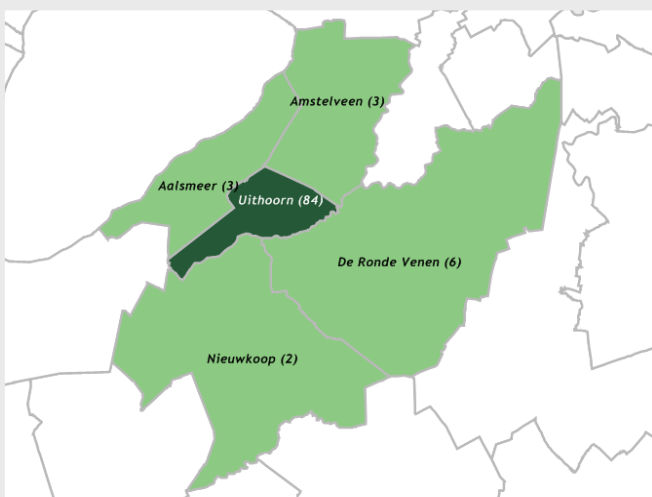


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Uithoorn kent voor dagelijkse artikelen een bindingsgraad die gelijk is aan het gemiddelde voor gemeenten van deze omvang (82%). De binding voor niet-dagelijkse artikelen is met 33% relatief laag (gemiddeld in referentiegemeenten: 42%). Populaire locaties voor de aankoop van niet-dagelijkse artikelen zijn Amstelveen (18%), Amsterdam (11%) en Haarlemmermeer (9%). De toevloeiing van omzet komt vooral uit De Ronde Venen en Amstelveen. Het totaal aantal winkels in Uithoorn is ongeveer gelijk gebleven, terwijl de leegstand in winkelmeters, bijna verdubbeld is. Het aantal winkelmeters per 1.000 inwoners ligt lager dan in de referentiegemeenten.

## Dagelijkse artikelen

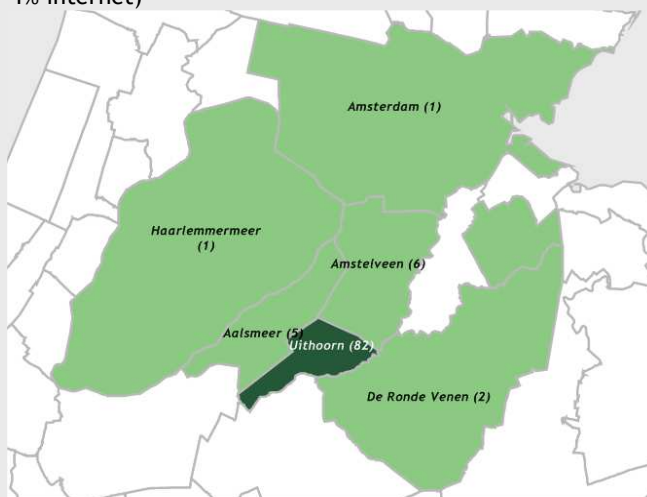
Waar komt omzet in Uithoorn vandaan (in %)



overig Nederland: 3

## Dagelijkse artikelen

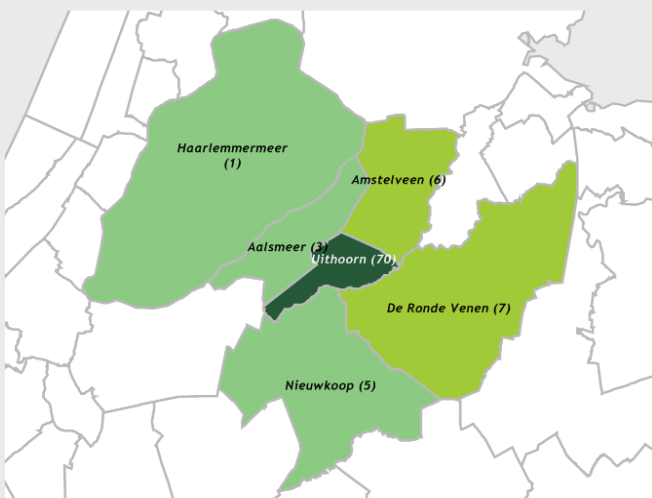
Waar gaan bestedingen uit Uithoorn naar toe (in %, excl. 1% internet)



overig Nederland: 2

## Niet-dagelijkse artikelen

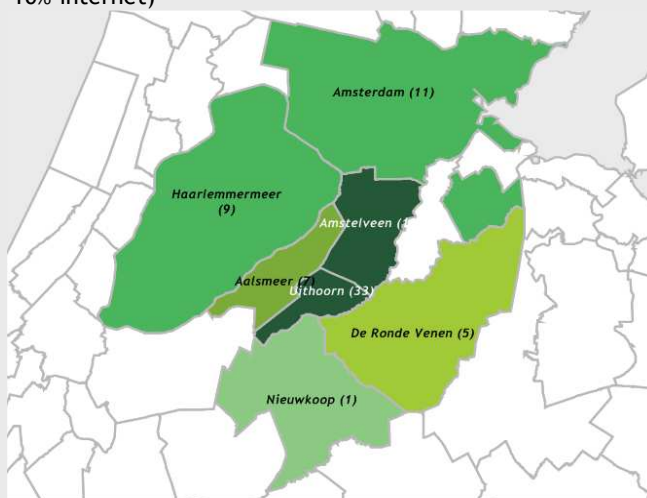
Waar komt omzet in Uithoorn vandaan (in %)



overig Nederland: 7

## Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Uithoorn naar toe (in %, excl. 10% internet)



overig Nederland: 6

## Kerngegevens Uithoorn

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	88% 46 mln	38% 23 mln	61% 69 mln
	2011	82% 57 mln	33% 23 mln	58% 80 mln
Toevloeiing in % en €	2004	16% 9 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	16% 11 mln	30% 10 mln	20% 20 mln
Omzet in €	2004	55 mln	- mln	- mln
	2011	68 mln	32 mln	100 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	12% 6 mln	62% 37 mln	39% 44 mln
	2011	18% 12 mln	56% 39 mln	37% 51 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 0 mln	10% 7 mln	5% 7 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	52 mln	60 mln	113 mln
	2011	70 mln	68 mln	138 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 7.365	€ -	€ -
	2011	€ 8.647	€ 1.423	€ 3.274

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	41 winkels 7.410 m <sup>2</sup>	25 winkels 5.571 m <sup>2</sup>	17 winkels 2.452 m <sup>2</sup>	34 winkels 8.814 m <sup>2</sup>	4 winkels 5.383 m <sup>2</sup>	10 winkels 1.394 m <sup>2</sup>	131 winkels 31.024 m <sup>2</sup>
2011	35 winkels 7.831 m <sup>2</sup>	25 winkels 5.310 m <sup>2</sup>	17 winkels 5.055 m <sup>2</sup>	29 winkels 7.124 m <sup>2</sup>	6 winkels 5.237 m <sup>2</sup>	16 winkels 2.643 m <sup>2</sup>	128 winkels 33.200 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	69%	74%	€ 139	€ 129
doet warenmarktaankopen	63%	66%	€ 27	€ 28
bezoekt koopzondag	63%	57%	€ 89	€ 113
bezoekt een supermarkt op zondag	57%	40%	€ 29	€ 42
doet woon-werk aankopen	71%	70%	€ 29	€ 39

## Kerngegevens vergeleken

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

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	82%	82%	33%	42%
vloerproductiviteit	8.647	7.725	1.423	1.423
m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners	279 m <sup>2</sup>	324 m <sup>2</sup>	810 m <sup>2</sup>	1.242 m <sup>2</sup>