

# FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Weesp 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.

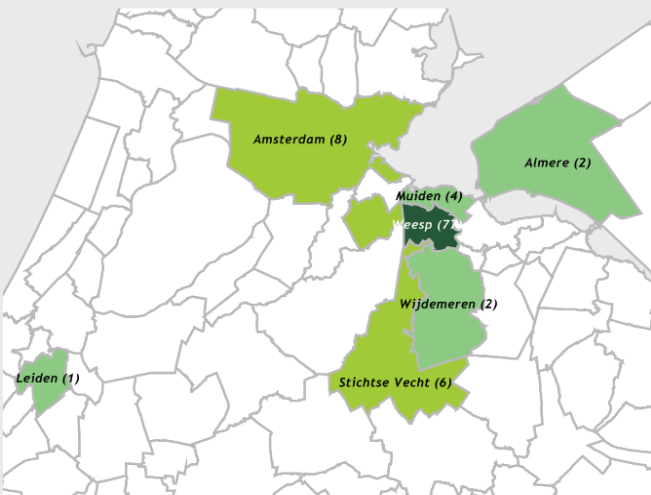


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Driekwart van de inwoners van Weesp doet de dagelijkse boodschappen in de eigen gemeente, in 2004 was dit 90%. Een deel van de inwoners is voor dagelijkse boodschappen georiënteerd op Muiden. Aan de andere kant vloeit vanuit Amsterdam en Stichtse Vecht dagelijkse omzet naar Weesp. Ook voor niet-dagelijkse artikelen daalt de binding aan Weesp: van 51% in 2004 naar 38% in 2011. In de niet-dagelijkse sector is er vooral afvloeiing naar Amsterdam. Ten opzichte van gemeenten van vergelijkbare omvang bezoeken inwoners van Weesp vaker een koopzondag of een supermarkt op zondag. Zo bezoekt in Weesp 61% wel eens een koopzondag, terwijl dat gemiddeld 48% is.

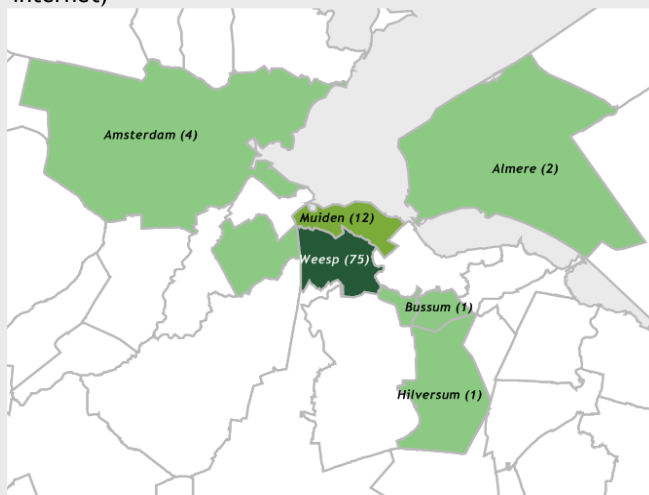
## Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Weesp vandaan (in %)



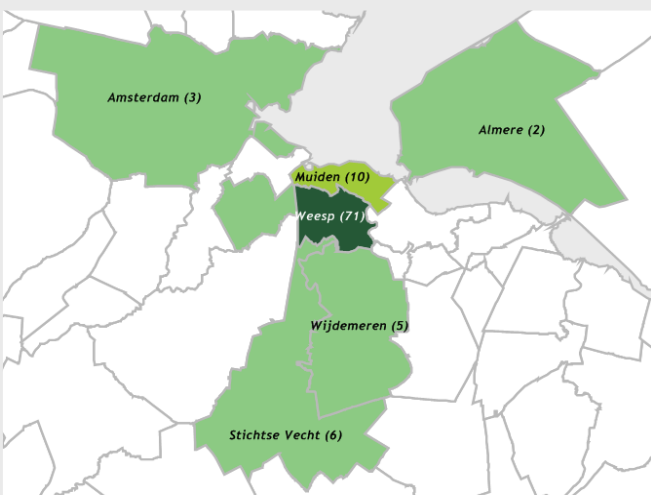
## Dagelijkse artikelen

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



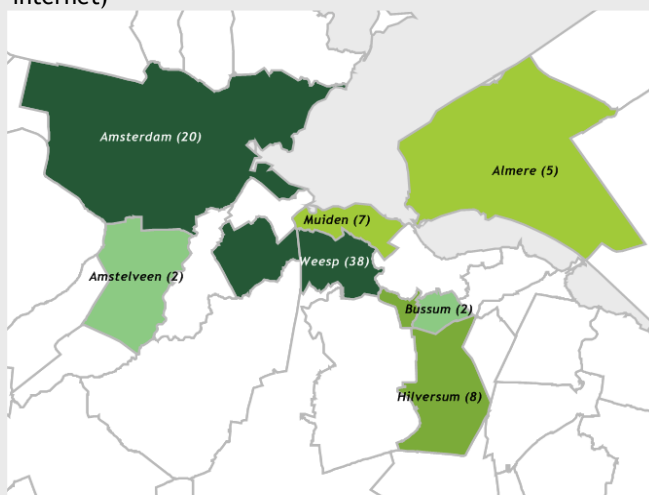
## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Weesp vandaan (in %)



## Niet-dagelijkse artikelen

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



## Kerngegevens Weesp

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	90% 33 mln	51% 21 mln	69% 55 mln
	2011	75% 32 mln	38% 15 mln	57% 47 mln
Toevloeiing in % en €	2004	16% 6 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	24% 10 mln	29% 6 mln	25% 16 mln
Omzet in €	2004	40 mln	- mln	- mln
	2011	42 mln	22 mln	64 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	10% 4 mln	49% 20 mln	31% 24 mln
	2011	24% 10 mln	51% 21 mln	38% 31 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 0 mln	11% 4 mln	6% 5 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	37 mln	41 mln	79 mln
	2011	43 mln	41 mln	84 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 7.469	€ -	€ -
	2011	€ 8.319	€ 1.877	€ 3.838

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	32 winkels 5.332 m <sup>2</sup>	28 winkels 2.504 m <sup>2</sup>	13 winkels 1.282 m <sup>2</sup>	34 winkels 6.276 m <sup>2</sup>	5 winkels 793 m <sup>2</sup>	11 winkels 922 m <sup>2</sup>	123 winkels 17.109 m <sup>2</sup>
2011	31 winkels 5.050 m <sup>2</sup>	28 winkels 3.444 m <sup>2</sup>	7 winkels 880 m <sup>2</sup>	24 winkels 6.409 m <sup>2</sup>	7 winkels 808 m <sup>2</sup>	12 winkels 741 m <sup>2</sup>	109 winkels 17.332 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	65%	70%	€ 88	€ 125
doet warenmarktaankopen	60%	67%	€ 23	€ 24
bezoekt koopzondag	61%	48%	€ 93	€ 126
bezoekt een supermarkt op zondag	69%	36%	€ 31	€ 36
doet woon-werk aankopen	69%	68%	€ 27	€ 41

## Kerngegevens vergeleken

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

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	75%	72%	38%	30%
vloerproductiviteit	8.319	6.797	1.877	1.154
m <sup>2</sup> vwo per 1.000 inwoners	286 m <sup>2</sup>	326 m <sup>2</sup>	654 m <sup>2</sup>	1.042 m <sup>2</sup>