

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Brielle 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.

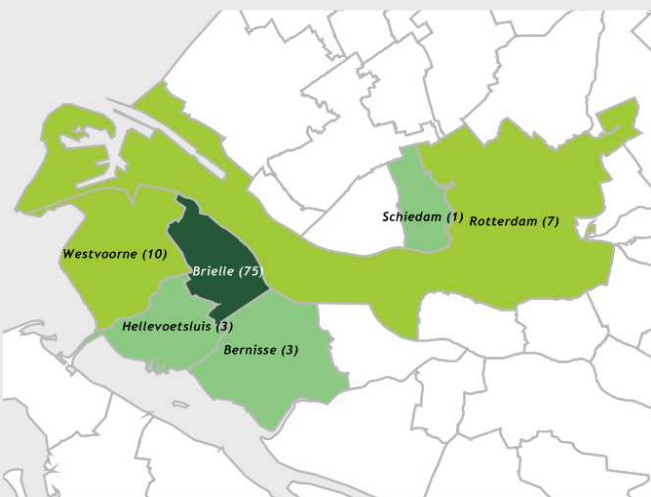


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

De binding voor dagelijkse artikelen in Brielle daalt van 92% in 2004 naar 84% in 2011. Dit percentage is wel hoger dan in de referentiegemeenten (72%). Voor niet-dagelijkse artikelen blijft het bindingspercentage vrijwel gelijk (36%, in 2004 was dit 37%). Het gemiddelde in de referentiegemeenten is 30% (niet-dagelijks). In de periode 2004-2011 is het winkelaanbod in de sector mode en luxe toegenomen, hier staat een afname van het aanbod in de vrijetijdsector tegenover. Inwoners van Brielle bezoeken vaker een koopzondag (59%) of een supermarkt op zondag (56%) dan inwoners van de referentiegemeenten (respectievelijk 48% en 36%).

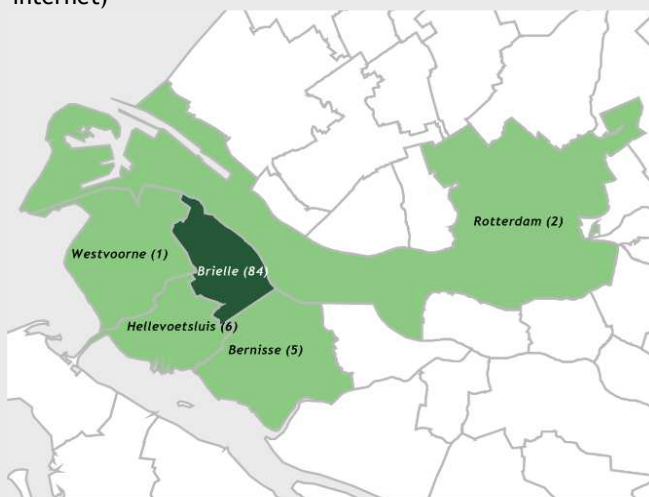
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Brielle vandaan (in %)



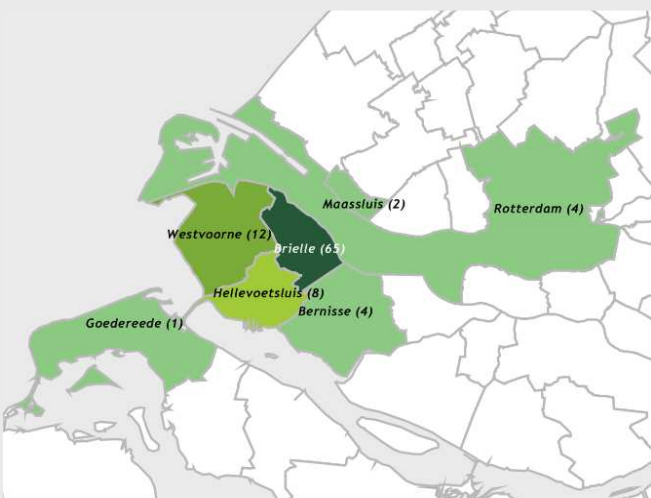
Dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Brielle naar toe (in %, excl. 0% internet)



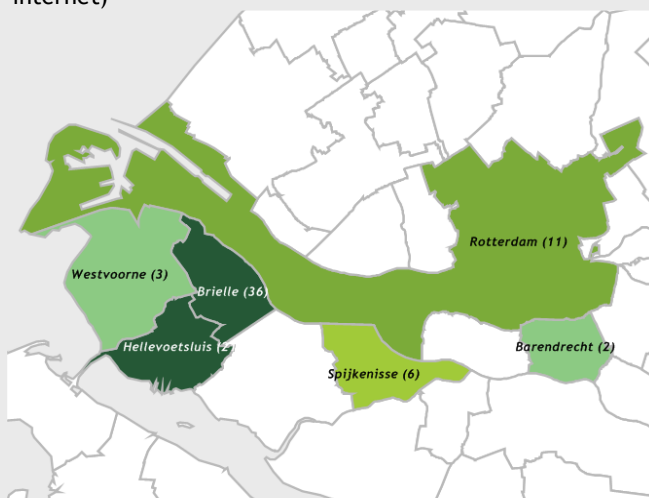
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Brielle vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Brielle naar toe (in %, excl. 13% internet)



Kerngegevens Brielle

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	92% 31 mln	37% 15 mln	63% 46 mln
	2011	84% 33 mln	36% 14 mln	60% 47 mln
Toevloeiing in % en €	2004	27% 11 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	25% 11 mln	35% 7 mln	28% 18 mln
Omzet in €	2004	43 mln	- mln	- mln
	2011	44 mln	21 mln	65 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	8% 3 mln	63% 25 mln	37% 28 mln
	2011	16% 6 mln	51% 20 mln	34% 26 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	0% 0 mln	13% 5 mln	6% 5 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	34 mln	40 mln	74 mln
	2011	39 mln	38 mln	77 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 7.595	€ -	€ -
	2011	€ 6.749	€ 1.162	€ 2.642

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	31 winkels 5.609 m ²	44 winkels 3.548 m ²	20 winkels 2.138 m ²	35 winkels 12.063 m ²	3 winkels 146 m ²	8 winkels 2.430 m ²	141 winkels 25.934 m ²
2011	30 winkels 6.518 m ²	58 winkels 5.147 m ²	10 winkels 887 m ²	31 winkels 12.035 m ²	2 winkels 28 m ²	11 winkels 1.332 m ²	142 winkels 25.947 m ²

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	67%	70%	€ 103	€ 125
doet warenmarktaankopen	60%	67%	€ 21	€ 24
bezoekt koopzondag	59%	48%	€ 79	€ 126
bezoekt een supermarkt op zondag	56%	36%	€ 29	€ 36
doet woon-werk aankopen	69%	68%	€ 38	€ 41

Kerngegevens vergeleken

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

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	84%	72%	36%	30%
vloerproductiviteit	6.749	6.797	1.162	1.154
m ² vwo per 1.000 inwoners	414 m ²	326 m ²	1.148 m ²	1.042 m ²