

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Gorinchem 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.

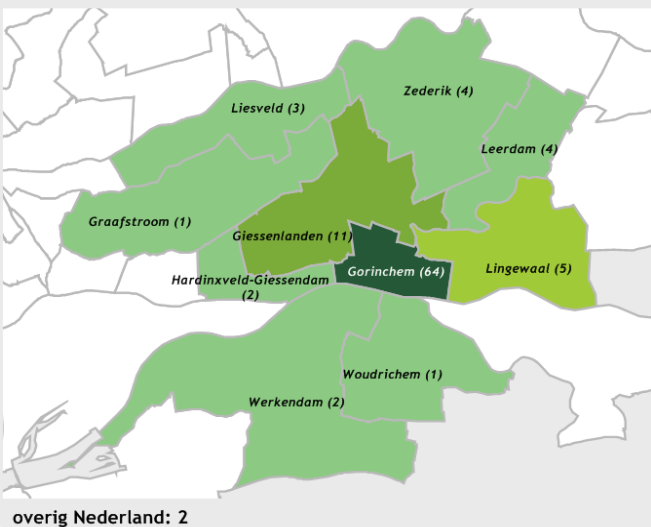


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Gorinchem heeft hoge bindingscijfers voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen. Met name die voor dagelijkse goederen is hoog (95%), maar ook het bindingscijfer voor niet-dagelijkse artikelen (68%) is veel hoger dan gemiddeld voor gemeenten van deze omvang. Wel is dit cijfer ten opzichte van 2004 met 8 procentpunten gedaald. Gorinchem kent een forse toevloeiing, vooral voor niet-dagelijkse artikelen (54 procent), die afkomstig is uit omliggende gemeenten, maar ook nog van daarbuiten. Afvloeiing is er bij de niet-dagelijkse artikelen met name in de richting van Giessenlanden. De vloerproductiviteit van winkels in Gorinchem is relatief hoog, vooral in de dagelijkse sector.

Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Gorinchem vandaan (in %)



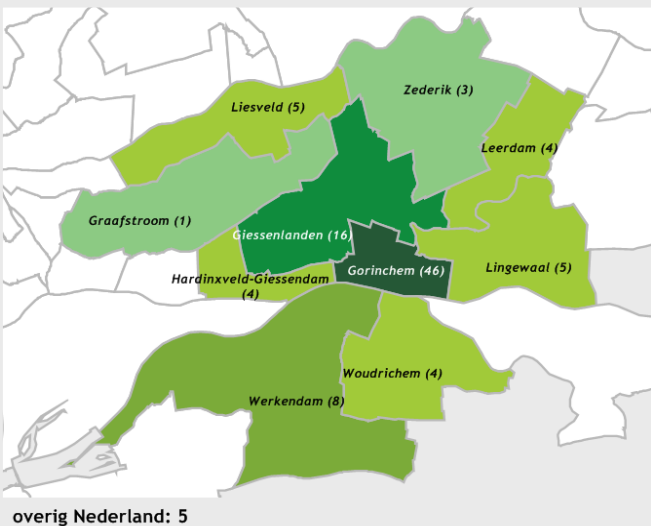
Dagelijkse artikelen

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



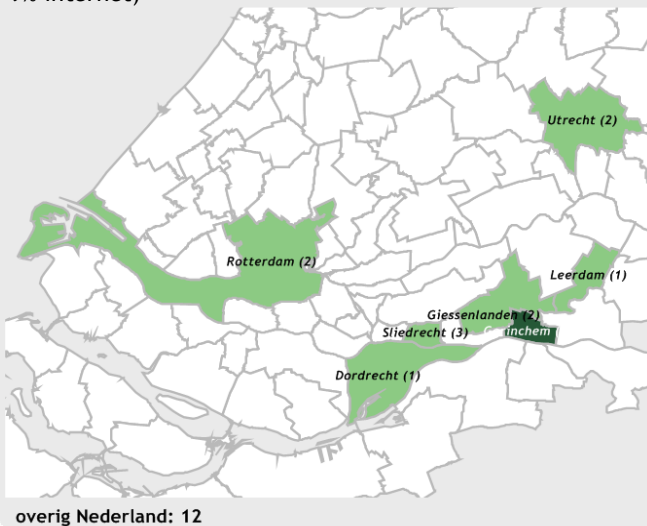
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Gorinchem vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Gorinchem naar toe (in %, excl. 9% internet)



Kerngegevens Gorinchem

| | Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | Totaal |
|-----------------------------|------|----------------------|---------------------------|---------|
| Koopkrachtbinding in % en € | 2004 | 98% | 76% | 86% |
| | | 77 mln | 69 mln | 146 mln |
| | 2011 | 95% | 68% | 82% |
| | | 79 mln | 53 mln | 132 mln |
| Toevloeiing in % en € | 2004 | 20% | -% | -% |
| | | 20 mln | - mln | - mln |
| | 2011 | 36% | 54% | 45% |
| | | 45 mln | 63 mln | 108 mln |
| Omzet in € | 2004 | 97 mln | - mln | - mln |
| | 2011 | 124 mln | 116 mln | 240 mln |

| | Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | Totaal |
|---------------------------------------|--|----------------------|---------------------------|---------|
| Afvloeiing andere gemeenten in % en € | 2004 | 2% | 24% | 14% |
| | | 1 mln | 22 mln | 23 mln |
| | 2011 | 5% | 23% | 13% |
| | | 4 mln | 18 mln | 21 mln |
| Afvloeiing internet in % en € | 2004 | -% | -% | -% |
| | | - mln | - mln | - mln |
| | 2011 | 0% | 9% | 5% |
| | | 0 mln | 7 mln | 8 mln |
| Bestedingspotentieel in € | 2004 | 79 mln | 91 mln | 170 mln |
| | 2011 | 83 mln | 78 mln | 161 mln |
| | Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand) | 2004 | € 8.062 | € - |
| | 2011 | € 9.347 | € 1.656 | € 2.883 |

Winkelaanbod

| Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | | | | Leegstand | Totaal |
|------|-------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| | | Mode en luxe | Vrije tijd | In en om het huis | Overig | | |
| 2004 | 66 winkels 12.003 m ² | 115 winkels 24.644 m ² | 35 winkels 3.664 m ² | 78 winkels 36.892 m ² | 23 winkels 1.913 m ² | 71 winkels 11.123 m ² | 388 winkels 90.239 m ² |
| 2011 | 63 winkels 13.261 m ² | 114 winkels 24.570 m ² | 30 winkels 3.607 m ² | 80 winkels 38.654 m ² | 22 winkels 3.065 m ² | 63 winkels 6.973 m ² | 372 winkels 90.130 m ² |

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 | 67% | 74% | € 132 | € 129 |
| doet warenmarktaankopen | 54% | 66% | € 36 | € 28 |
| bezoekt koopzondag | 55% | 57% | € 101 | € 113 |
| bezoekt een supermarkt op zondag | 9% | 40% | € - | € 42 |
| doet woon-werk aankopen | 73% | 70% | € 24 | € 39 |

Kerngegevens vergeleken

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

| | dagelijkse artikelen | | niet-dagelijkse artikelen | |
|---------------------------------------|----------------------|--------------------|---------------------------|----------------------|
| | gemeente | gemiddeld | gemeente | gemiddeld |
| bindingspercentage | 95% | 82% | 68% | 42% |
| vloerproductiviteit | 9.347 | 7.725 | 1.656 | 1.423 |
| m ² vwo per 1.000 inwoners | 383 m ² | 324 m ² | 2.017 m ² | 1.242 m ² |