

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Krimpen aan den IJssel 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.

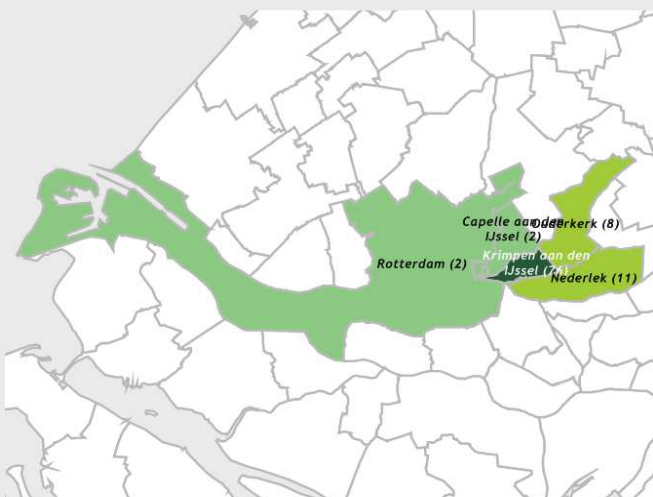


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Krimpen a/d IJssel kent een hoge binding voor dagelijkse artikelen: 92%. Dit is ook hoger dan in de referentiegemeenten (82%). Voor niet-dagelijkse artikelen blijft de helft (46%) van de inwoners binnen de gemeente, in de vergelijkbare gemeenten is dit 42%. Krimpen a/d IJssel trekt in beide sectoren omzet aan uit de gemeenten Nederlek en Capelle en verliest in de niet-dagelijkse sector klanten aan Rotterdam en Capelle. Tweederde (64 %) van de inwoners doet wel eens internetaankopen. Dat is minder dan in de referentiegemeenten (74%). Het winkelaanbod is ten opzichte van 2004 kleiner geworden, vooral de leegstand is afgenomen.

Dagelijkse artikelen

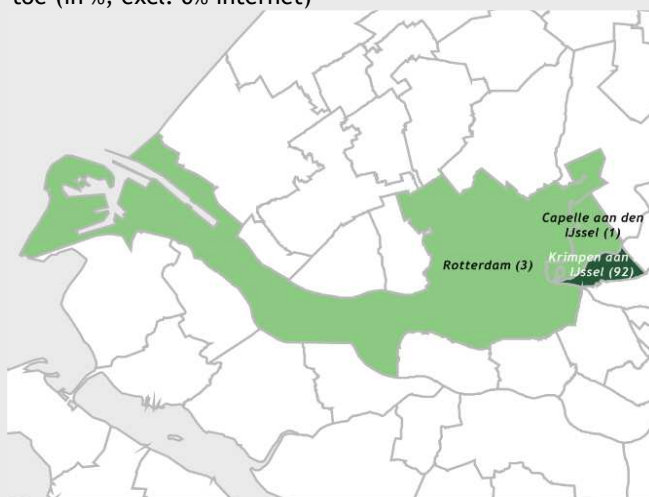
Waar komt omzet in Krimpen aan den IJssel vandaan (in %)



overig Nederland: 2

Dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Krimpen aan den IJssel naar toe (in %, excl. 0% internet)



overig Nederland: 3

Niet-dagelijkse artikelen

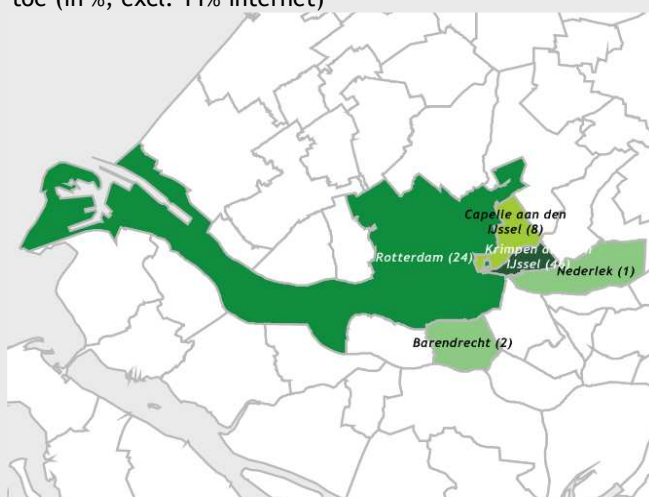
Waar komt omzet in Krimpen aan den IJssel vandaan (in %)



overig Nederland: 2

Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Krimpen aan den IJssel naar toe (in %, excl. 11% internet)



overig Nederland: 8

Kerngegevens Krimpen aan den IJssel

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	95% 54 mln	56% 37 mln	74% 91 mln
	2011	92% 66 mln	46% 32 mln	69% 98 mln
Toevloeiing in % en €	2004	18% 12 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	24% 21 mln	33% 16 mln	27% 37 mln
Omzet in €	2004	66 mln	- mln	- mln
	2011	87 mln	48 mln	135 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	5% 3 mln	44% 29 mln	26% 32 mln
	2011	8% 6 mln	43% 30 mln	25% 36 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	0% 0 mln	11% 7 mln	5% 8 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	57 mln	66 mln	123 mln
	2011	72 mln	70 mln	142 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 7.130	€ -	€ -
	2011	€ 8.664	€ 2.597	€ 4.744

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	41 winkels 9.254 m ²	40 winkels 6.705 m ²	11 winkels 1.660 m ²	38 winkels 8.500 m ²	3 winkels 333 m ²	19 winkels 5.231 m ²	152 winkels 31.683 m ²
2011	44 winkels 10.070 m ²	43 winkels 7.132 m ²	10 winkels 1.844 m ²	38 winkels 9.070 m ²	3 winkels 335 m ²	7 winkels 590 m ²	145 winkels 29.041 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	64%	74%	€ 146	€ 129
doet warenmarktaankopen	75%	66%	€ 22	€ 28
bezoekt koopzondag	44%	57%	€ 111	€ 113
bezoekt een supermarkt op zondag	16%	40%	€ 27	€ 42
doet woon-werk aankopen	72%	70%	€ 48	€ 39

Kerngegevens vergeleken

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

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	92%	82%	46%	42%
vloerproductiviteit	8.664	7.725	2.597	1.423
m ² wvo per 1.000 inwoners	350 m ²	324 m ²	638 m ²	1.242 m ²