

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Lisse 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.

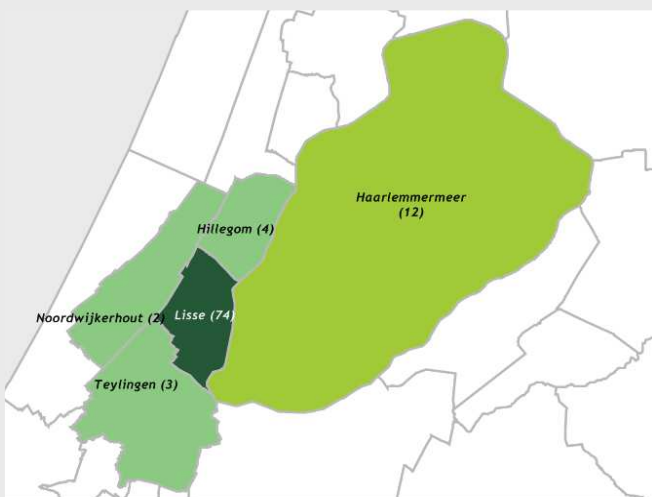


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Negen op de tien inwoners (89%) blijft voor dagelijkse boodschappen in Lisse, voor niet-dagelijkse boodschappen is dit drievijfde (59%). Beide percentages liggen lager dan in 2004 (toen was de binding voor niet-dagelijks nog 74%), maar hoger dan gemiddeld in de referentiegemeenten. In de niet-dagelijkse sector is een deel van de inwoners van Lissenaar georiënteerd op Haarlemmermeer. Andersom is een deel van de omzet in Lisse ook afkomstig van klanten uit Haarlemmermeer, Hillegom en Teylingen. Ten opzichte van 2004 is het winkelaanbod in Lisse licht afgenomen, tot 189 winkels en zo'n 50.000 m2 winkelvloeroppervlak in 2011.

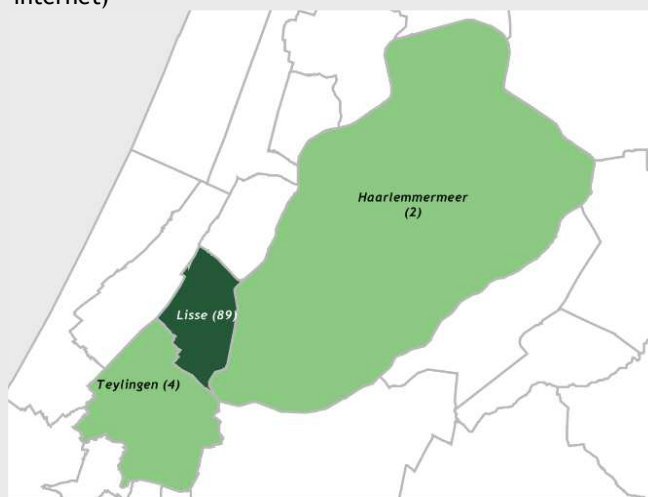
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Lisse vandaan (in %)



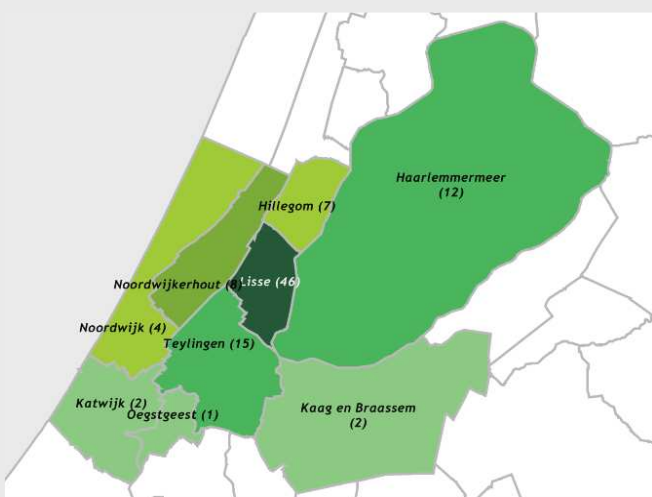
Dagelijkse artikelen

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



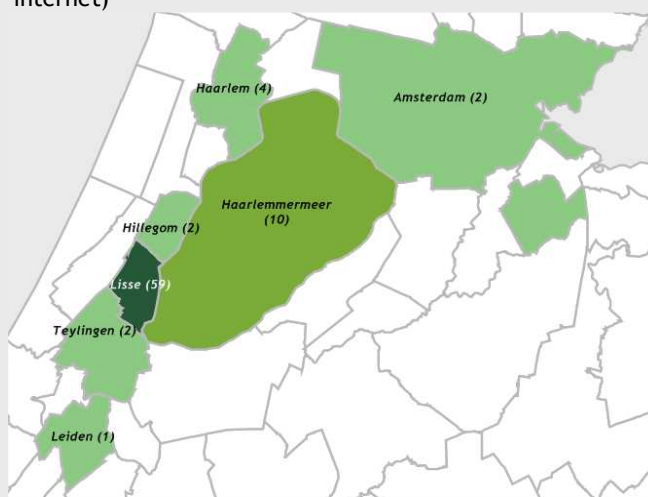
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Lisse vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

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



Kerngegevens Lisse

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	94%	74%	84%
		44 mln	41 mln	85 mln
	2011	89%	59%	75%
		49 mln	31 mln	80 mln
Toevloeiing in % en €	2004	26%	-%	-%
		15 mln	- mln	- mln
	2011	26%	54%	40%
		17 mln	37 mln	54 mln
Omzet in €	2004	60 mln	- mln	- mln
	2011	66 mln	68 mln	134 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	6%	26%	16%
		3 mln	14 mln	17 mln
	2011	10%	30%	19%
		5 mln	16 mln	21 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-%	-%	-%
		- mln	- mln	- mln
	2011	1%	11%	6%
		1 mln	6 mln	6 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	47 mln	55 mln	102 mln
	2011	55 mln	53 mln	108 mln
	Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 6.653	€ -
	2011	€ 7.047	€ 1.790	€ 2.834

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	43 winkels 9.008 m ²	61 winkels 12.507 m ²	20 winkels 2.874 m ²	53 winkels 23.771 m ²	4 winkels 178 m ²	10 winkels 2.827 m ²	191 winkels 51.165 m ²
2011	37 winkels 9.405 m ²	75 winkels 13.281 m ²	15 winkels 2.514 m ²	44 winkels 21.567 m ²	7 winkels 574 m ²	11 winkels 2.454 m ²	189 winkels 49.795 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	70%	74%	€ 161	€ 129
doet warenmarktaankopen	63%	66%	€ 17	€ 28
bezoekt koopzondag	61%	57%	€ 139	€ 113
bezoekt een supermarkt op zondag	50%	40%	€ 30	€ 42
doet woon-werk aankopen	60%	70%	€ 28	€ 39

Kerngegevens vergeleken

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

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	89%	82%	59%	42%
vloerproductiviteit	7.047	7.725	1.790	1.423
m ² vwo per 1.000 inwoners	421 m ²	324 m ²	1.699 m ²	1.242 m ²