

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Spijkenisse 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.

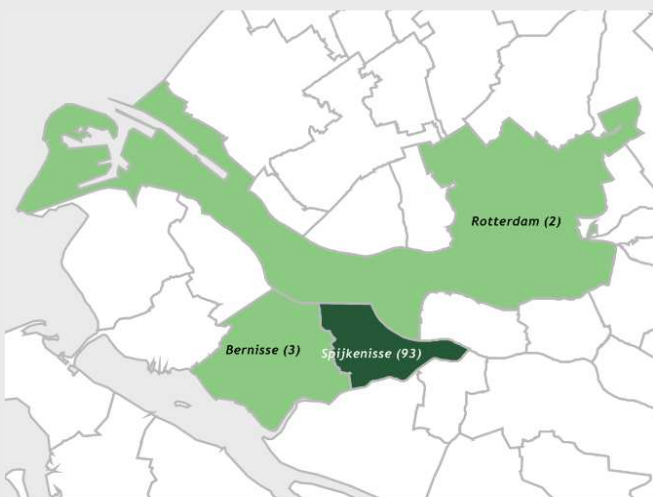


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

De binding van inwoners aan Spijkenisse is in 2011 vrijwel gelijk aan 2004: 91% voor de dagelijkse sector en 63% voor de niet-dagelijkse sector. In 2004 lagen deze waarden 1% hoger. In de niet-dagelijkse sector trekt Spijkenisse vooral klanten uit Bernisse en Rotterdam. In beide sectoren gaat de voornaamste afvloeiing naar Rotterdam. In de periode 2004-2011 neemt de leegstand in Spijkenisse fors toe. Viervijfde van de inwoners (82%) bezoekt wel eens een koopzondag, in de vergelijkbare gemeenten is dit tweederde (65%). De uitgaven op koopzondagen liggen op € 120, ten opzichte van € 93 in de referentiegemeenten.

Dagelijkse artikelen

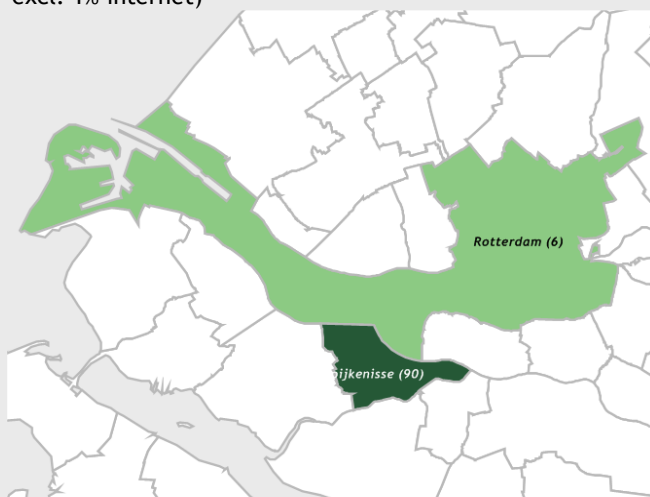
Waar komt omzet in Spijkenisse vandaan (in %)



overig Nederland: 2

Dagelijkse artikelen

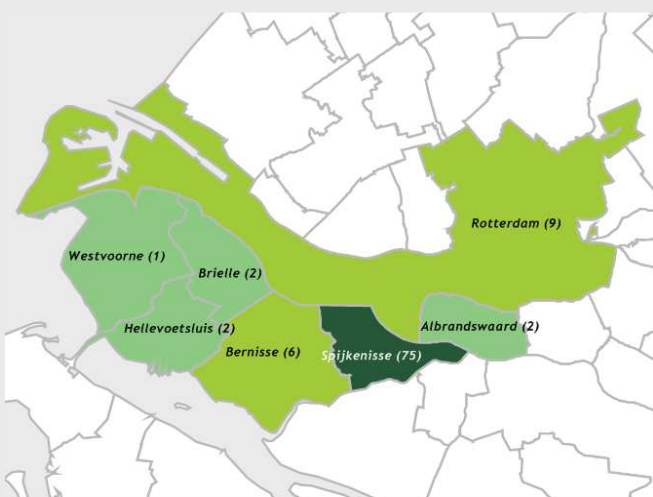
Waar gaan bestedingen uit Spijkenisse naar toe (in %, excl. 1% internet)



overig Nederland: 3

Niet-dagelijkse artikelen

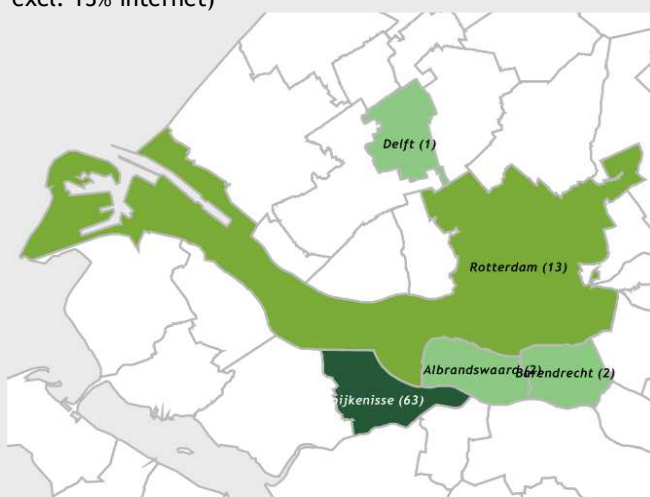
Waar komt omzet in Spijkenisse vandaan (in %)



overig Nederland: 3

Niet-dagelijkse artikelen

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



overig Nederland: 6

Kerngegevens Spijkenisse

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	91% 140 mln	64% 112 mln	76% 251 mln
	2011	90% 158 mln	63% 105 mln	77% 263 mln
Toevloeiing in % en €	2004	4% 6 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	7% 13 mln	25% 34 mln	15% 47 mln
Omzet in €	2004	145 mln	- mln	- mln
	2011	171 mln	139 mln	310 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	9% 14 mln	36% 64 mln	24% 78 mln
	2011	9% 16 mln	24% 40 mln	17% 57 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 1 mln	13% 21 mln	7% 22 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	153 mln	176 mln	329 mln
	2011	176 mln	166 mln	342 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 7.495	€ -	€ -
	2011	€ 7.388	€ 1.665	€ 2.905

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	91 winkels 19.354 m ²	96 winkels 15.824 m ²	25 winkels 3.394 m ²	97 winkels 31.637 m ²	12 winkels 1.259 m ²	30 winkels 7.054 m ²	351 winkels 78.522 m ²
2011	96 winkels 23.121 m ²	104 winkels 23.191 m ²	36 winkels 5.283 m ²	102 winkels 53.240 m ²	15 winkels 1.826 m ²	48 winkels 11.100 m ²	401 winkels 117.761 m ²

Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 50.000-100.000 inwoners)

Hoeveel procent van de inwoners...	aankoop-/bezoekpercentage		gemiddelde besteding	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
doet internetaankopen	84%	73%	€ 116	€ 118
doet warenmarktaankopen	65%	70%	€ 21	€ 24
bezoekt koopzondag	82%	65%	€ 120	€ 93
bezoekt een supermarkt op zondag	36%	51%	€ 30	€ 33
doet woon-werk aankopen	70%	70%	€ 50	€ 41

Kerngegevens vergeleken

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 50.000-100.000 inwoners)

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	90%	89%	63%	60%
vloerproductiviteit	7.388	7.873	1.665	1.817
m ² vwo per 1.000 inwoners	320 m ²	321 m ²	1.155 m ²	1.290 m ²