

# FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Wassenaar 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.

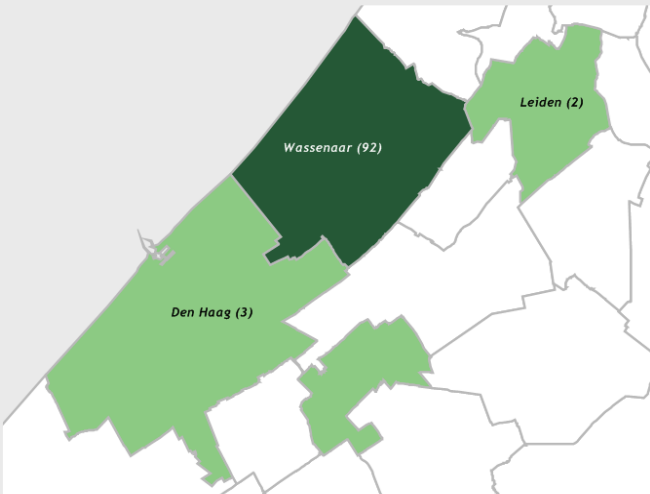


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

In 2011 blijft 78% van de inwoners voor de dagelijkse boodschappen in Wassenaar, in 2004 was dit nog 91%. Ook in de niet dagelijkse sector neemt de binding in 2011 af: van 52% naar 42%. Deze omzet vloeit vooral naar Den Haag en Leidschendam-Voorburg. Er vloeit vooral vanuit Den Haag omzet naar Wassenaar. Tweederde (65%) bezoekt wel eens een supermarkt op zondag, in de referentiegemeenten is dit 40%. Inwoners van Wassenaar geven in verhouding weinig geld uit aan de overige aankoopkanalen, met uitzondering van woon-werk aankopen (€61, tegenover €39 in de referentiegemeenten). In relatie tot het inwonertal heeft Wassenaar een relatief klein winkelaanbod.

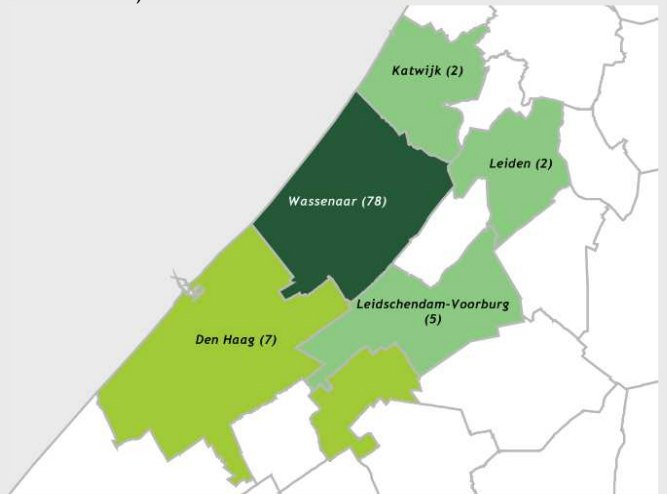
## Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Wassenaar vandaan (in %)



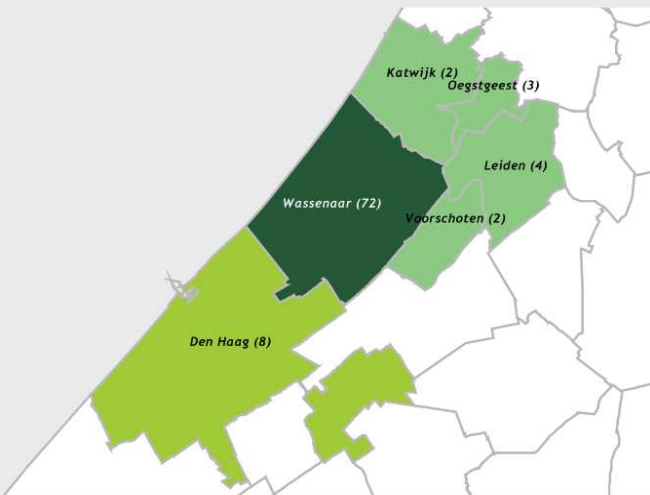
## Dagelijkse artikelen

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



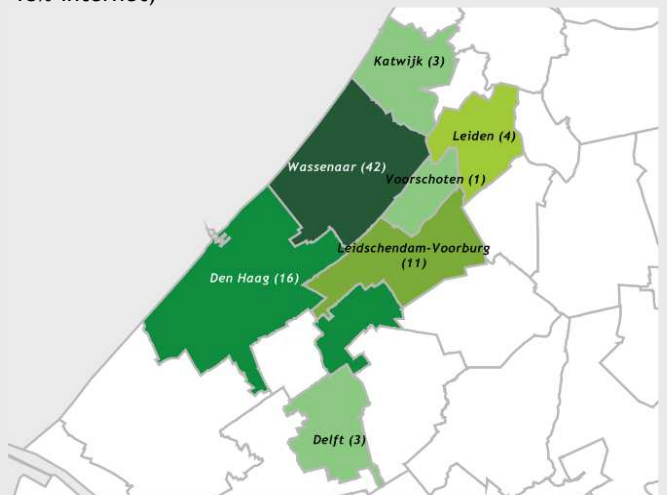
## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Wassenaar vandaan (in %)



## Niet-dagelijkse artikelen

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



## Kerngegevens Wassenaar

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	91% 46 mln	52% 35 mln	69% 81 mln
	2011	78% 55 mln	42% 31 mln	60% 87 mln
Toevloeiing in % en €	2004	9% 5 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	8% 5 mln	28% 12 mln	17% 17 mln
Omzet in €	2004	51 mln	- mln	- mln
	2011	60 mln	44 mln	104 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	9% 5 mln	48% 32 mln	31% 37 mln
	2011	21% 15 mln	45% 34 mln	34% 49 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	0% 0 mln	13% 10 mln	7% 10 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	51 mln	67 mln	117 mln
	2011	70 mln	75 mln	145 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 7.151	€ -	€ -
	2011	€ 7.967	€ 1.774	€ 3.231

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	50 winkels 7.088 m <sup>2</sup>	56 winkels 5.843 m <sup>2</sup>	21 winkels 2.080 m <sup>2</sup>	56 winkels 14.485 m <sup>2</sup>	9 winkels 447 m <sup>2</sup>	16 winkels 2.324 m <sup>2</sup>	208 winkels 32.267 m <sup>2</sup>
2011	41 winkels 7.554 m <sup>2</sup>	65 winkels 6.917 m <sup>2</sup>	15 winkels 1.985 m <sup>2</sup>	45 winkels 15.041 m <sup>2</sup>	10 winkels 594 m <sup>2</sup>	16 winkels 2.273 m <sup>2</sup>	192 winkels 34.364 m <sup>2</sup>

## 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	73%	74%	€ 125	€ 129
doet warenmarktaankopen	64%	66%	€ 26	€ 28
bezoekt koopzondag	63%	57%	€ 79	€ 113
bezoekt een supermarkt op zondag	65%	40%	€ 24	€ 42
doet woon-werk aankopen	68%	70%	€ 61	€ 39

## Kerngegevens vergeleken

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

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	78%	82%	42%	42%
vloerproductiviteit	7.967	7.725	1.774	1.423
m <sup>2</sup> vwo per 1.000 inwoners	294 m <sup>2</sup>	324 m <sup>2</sup>	955 m <sup>2</sup>	1.242 m <sup>2</sup>