

## FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de gemeente Zoetermeer 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.

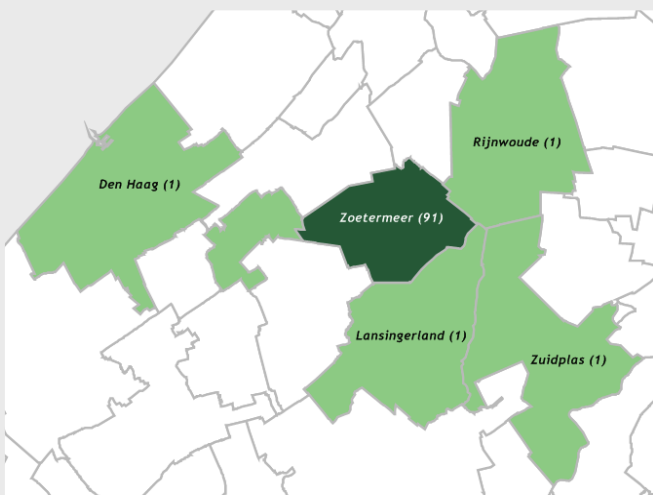


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Meer dan negen op de tien (92%) van de inwoners van Zoetermeer blijft voor dagelijkse boodschappen binnen de gemeentegrenzen. Ook voor niet-dagelijkse artikelen is de binding met 73% hoog. In de niet-dagelijkse sector trekt Zoetermeer omzet aan uit Lansingerland en Pijnacker-Nootdorp. Er vloeit vooral omzet weg naar Den Haag. In Zoetermeer valt op dat de vloerproductiviteit een stuk hoger ligt dan in de referentiegemeenten. Tot slot valt op dat inwoners van Zoetermeer minder vaak een supermarkt bezoeken op zondag (54%). In de vergelijkbare gemeenten is dit 62%. Het winkelaanbod is sinds 2004 fors gegroeid. De leegstand is echter nauwelijks toegenomen.

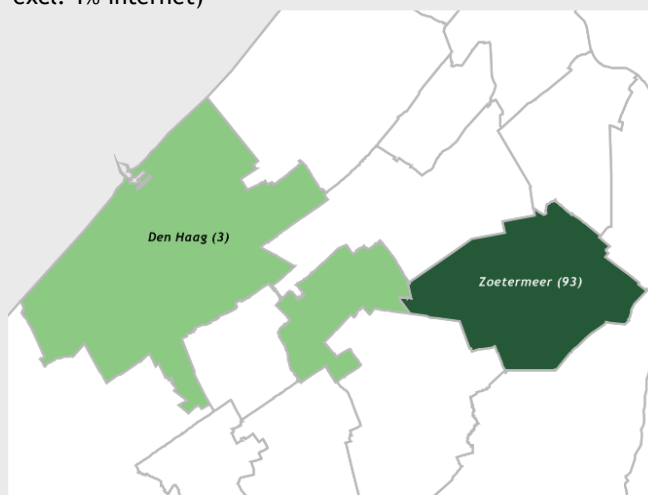
## Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Zoetermeer vandaan (in %)



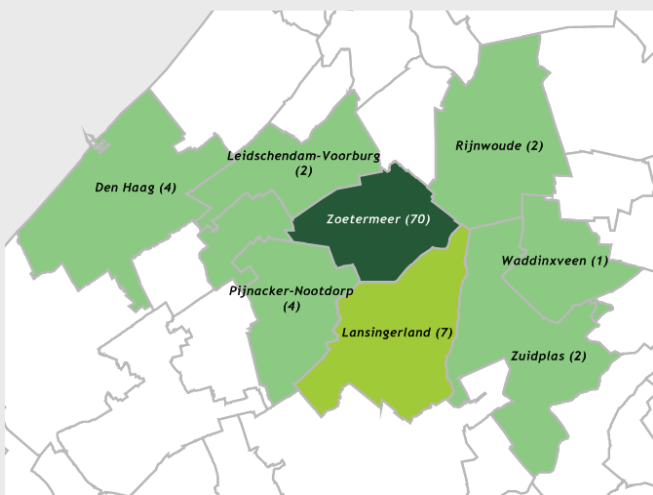
## Dagelijkse artikelen

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



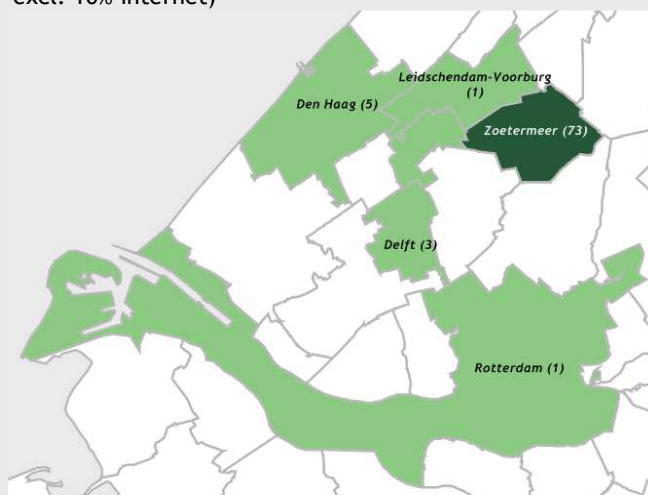
## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Zoetermeer vandaan (in %)



## Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Zoetermeer naar toe (in %, excl. 10% internet)



## Kerngegevens Zoetermeer

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	92% 199 mln	78% 194 mln	84% 393 mln
	2011	93% 279 mln	73% 211 mln	83% 490 mln
Toevloeiing in % en €	2004	7% 15 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	9% 26 mln	30% 89 mln	19% 115 mln
Omzet in €	2004	214 mln	- mln	- mln
	2011	305 mln	299 mln	605 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere gemeenten in % en €	2004	8% 18 mln	22% 56 mln	16% 75 mln
	2011	6% 18 mln	17% 49 mln	11% 68 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 2 mln	10% 29 mln	5% 31 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	217 mln	250 mln	467 mln
	2011	300 mln	289 mln	588 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 7.162	€ -	€ -
	2011	€ 9.422	€ 2.402	€ 3.851

## Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	130 winkels 29.864 m <sup>2</sup>	127 winkels 23.961 m <sup>2</sup>	52 winkels 8.173 m <sup>2</sup>	129 winkels 65.573 m <sup>2</sup>	21 winkels 1.960 m <sup>2</sup>	34 winkels 5.608 m <sup>2</sup>	493 winkels 135.139 m <sup>2</sup>
2011	130 winkels 32.411 m <sup>2</sup>	148 winkels 33.593 m <sup>2</sup>	54 winkels 10.471 m <sup>2</sup>	133 winkels 77.131 m <sup>2</sup>	22 winkels 3.413 m <sup>2</sup>	31 winkels 5.770 m <sup>2</sup>	518 winkels 162.789 m <sup>2</sup>

## Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 100.000-200.000 inwoners)

Hoeveel procent van de inwoners...	aankoop-/bezoekpercentage		gemiddelde besteding	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
doet internetaankopen	76%	76%	€ 132	€ 124
doet warenmarktaankopen	72%	70%	€ 24	€ 26
bezoekt koopzondag	73%	72%	€ 87	€ 89
bezoekt een supermarkt op zondag	54%	62%	€ 36	€ 31
doet woon-werk aankopen	72%	73%	€ 33	€ 40

## Kerngegevens vergeleken

gemeente afgezet tegen referentiegemeenten (gemeenten met 100.000-200.000 inwoners)

	dagelijkse artikelen		niet-dagelijkse artikelen	
	gemeente	gemiddeld	gemeente	gemiddeld
bindingspercentage	93%	90%	73%	68%
vloerproductiviteit	9.422	7.735	2.402	1.886
m <sup>2</sup> vwo per 1.000 inwoners	267 m <sup>2</sup>	314 m <sup>2</sup>	1.025 m <sup>2</sup>	1.250 m <sup>2</sup>