

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de regio Bollenstreek hun aankopen in deze regio en komen ook bezoekers van buiten de regio hier dagelijkse of niet-dagelijkse artikelen kopen? En wat zijn de belangrijkste aankoopplaatsen in deze regio? 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 regio.

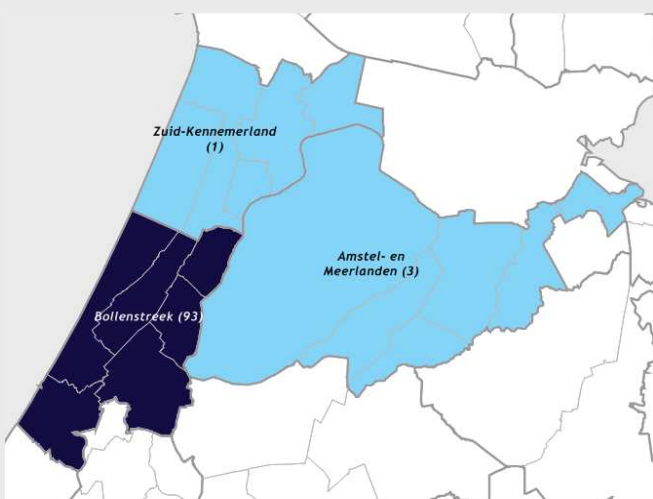
De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.



De binding aan de Bollenstreek bedraagt in de dagelijkse sector 92%. In de niet-dagelijkse sector is de binding met 60% lager. Ten opzichte van 2004 zijn de bindingscijfers afgenomen. Voor de niet-dagelijkse artikelen vloeien er bestedingen af naar de regio Leiden (9% procent) en de regio Amstel en Meerlanden (5%). Daar staat tegenover dat de Bollenstreek bestedingen trekt vanuit omliggende regio's. Ongeveer 10 procent van de bestedingen komt van consumenten die niet in de Bollenstreek wonen. De belangrijkste aankooplocatie in het gebied is Lisse Centrum.

Dagelijkse artikelen

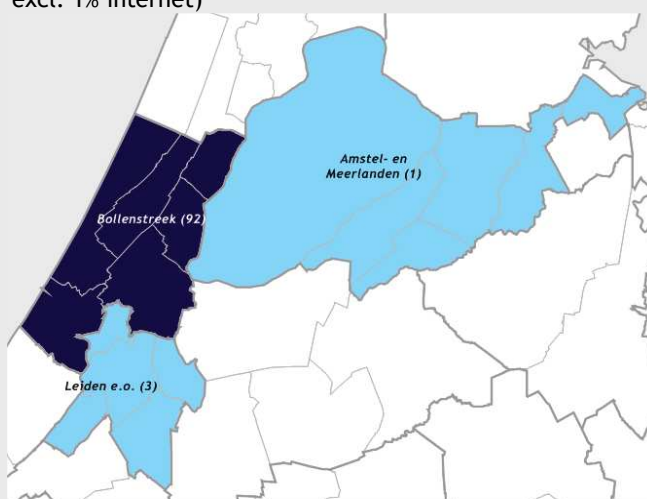
Waar komt omzet in Bollenstreek vandaan (in %)



overig Nederland: 2

Dagelijkse artikelen

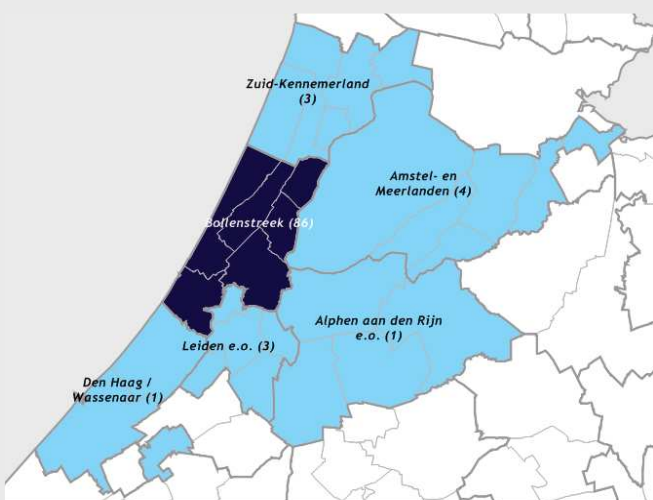
Waar gaan bestedingen uit Bollenstreek naar toe (in %, excl. 1% internet)



overig Nederland: 4

Niet-dagelijkse artikelen

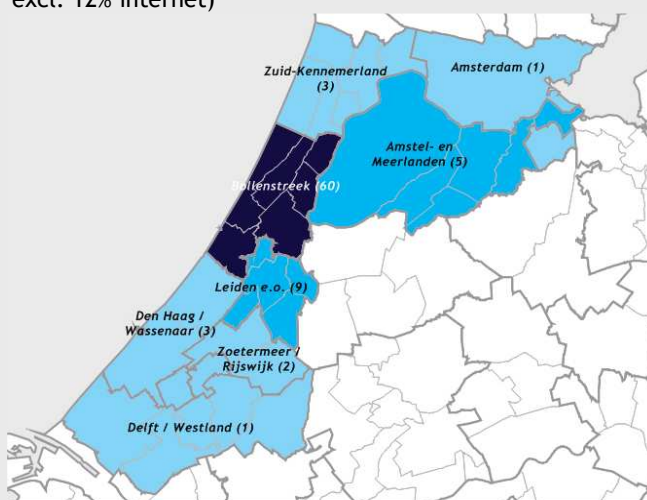
Waar komt omzet in Bollenstreek vandaan (in %)



overig Nederland: 2

Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Bollenstreek naar toe (in %, excl. 12% internet)



overig Nederland: 4

Kerngegevens Bollenstreek

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	94% 338 mln	74% 306 mln	83% 644 mln
	2011	92% 413 mln	60% 261 mln	76% 674 mln
Toevloeiing in % en €	2004	8% 28 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	7% 29 mln	14% 42 mln	10% 71 mln
Omzet in €	2004	366 mln	- mln	- mln
	2011	442 mln	303 mln	745 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere regio's in % en €	2004	6% 21 mln	26% 108 mln	17% 129 mln
	2011	8% 36 mln	28% 121 mln	18% 157 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 3 mln	12% 54 mln	6% 57 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	359 mln	415 mln	774 mln
	2011	451 mln	437 mln	888 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 6.676	€ -	€ -
	2011	€ 6.932	€ 1.401	€ 2.659

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	320 winkels 54.826 m ²	340 winkels 51.722 m ²	115 winkels 16.024 m ²	338 winkels 128.737 m ²	41 winkels 3.883 m ²	120 winkels 18.212 m ²	1.274 winkels 273.404 m ²
2011	292 winkels 63.766 m ²	389 winkels 58.785 m ²	99 winkels 19.157 m ²	307 winkels 133.331 m ²	44 winkels 5.293 m ²	104 winkels 19.650 m ²	1.235 winkels 299.982 m ²

Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

regio afgezet tegen totale onderzoeksgebied

Hoeveel procent van de inwoners...	aankoop-/bezoekpercentage		gemiddelde besteding	
	regio	gemiddeld	regio	gemiddeld
doet internetaankopen	73%	74%	€ 112	€ 126
doet warenmarktaankopen	64%	67%	€ 35	€ 31
bezoekt koopzondag	56%	66%	€ 106	€ 94
bezoekt een supermarkt op zondag	49%	55%	€ 25	€ 36
doet woon-werk aankopen	66%	73%	€ 37	€ 42

Belangrijkste aankoopplaatsen voor mensen uit de regio + omzet

Dagelijkse artikelen

Lisse, Lisse centrum	2011	55 mln
	2004	54 mln
Sassenheim, Sassenheim centrum	2011	45 mln
	2004	- mln
Hillegom, Hillegom centrum	2011	36 mln
	2004	31 mln
Noordwijk (Zh.), Winkelgebied Kerkstraat	2011	33 mln
	2004	- mln

Niet-dagelijkse artikelen

Lisse, Lisse centrum	2011	55 mln
	2004	78 mln
Katwijk (Zh.), Katwijk centrum	2011	48 mln
	2004	70 mln
Hillegom, Hillegom centrum	2011	25 mln
	2004	40 mln
Sassenheim, Sassenheim centrum	2011	25 mln
	2004	- mln