

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de regio Hoekse waard 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.

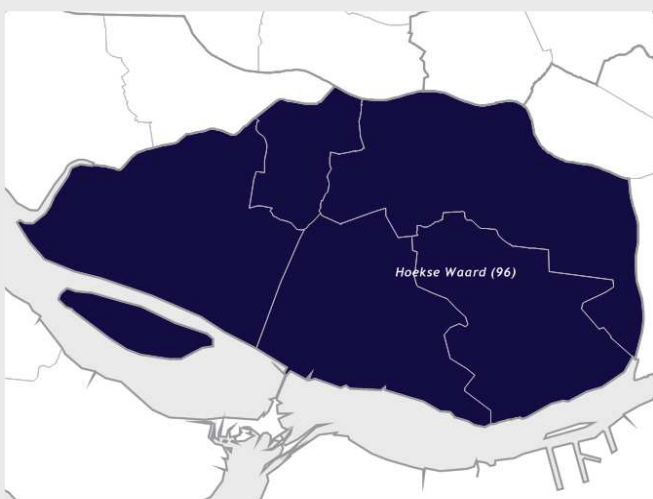
De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.



De koopkrachtbinding aan de regio Hoekse Waard bedraagt in de dagelijkse sector 92% (2004: 95%) en in de niet-dagelijkse sector 53% (2004: 70%). In de niet-dagelijkse sector vloeien bestedingen af naar Rotterdam en Ridderkerk e.o. Ook vloeit 18% van de bestedingen af naar het internet. Bestedingen die in de regio worden gedaan komen voor 80% uit de eigen regio en voor een vijfde uit omliggende regio's. Inwoners van de Hoekse Waard doen vaker dan gemiddeld internetaankopen, namelijk 87% (t.o. 74% gemiddeld). Ook besteden zij dan meer dan gemiddeld. De belangrijkste aankoopplaats van de regio is voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen het centrum van Oud-Beijerland.

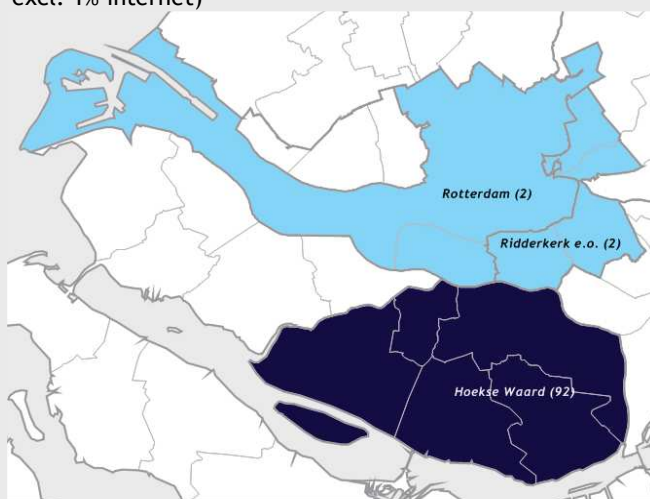
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Hoekse waard vandaan (in %)



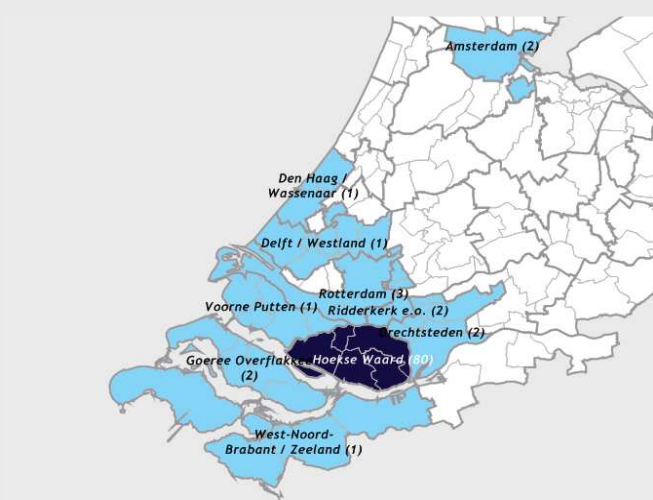
Dagelijkse artikelen

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



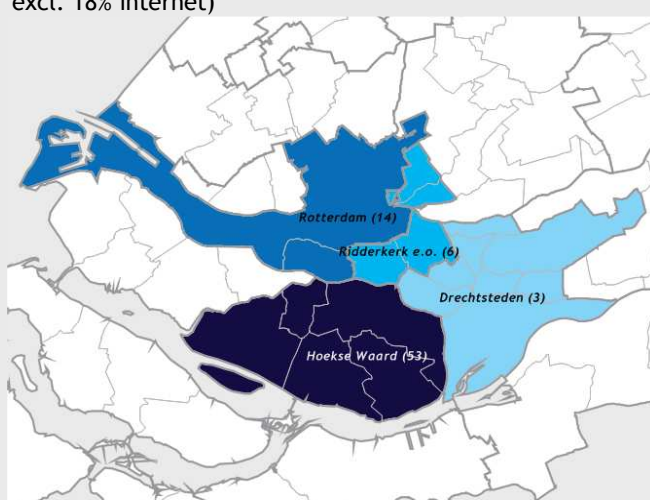
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Hoekse waard vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Hoekse waard naar toe (in %, excl. 18% internet)



Kerngegevens Hoekse waard

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	95% 165 mln	70% 141 mln	82% 306 mln
	2011	92% 196 mln	53% 110 mln	73% 306 mln
Toevloeiing in % en €	2004	3% 5 mln	19% 34 mln	11% 39 mln
	2011	4% 9 mln	20% 28 mln	11% 37 mln
Omzet in €	2004	170 mln	176 mln	346 mln
	2011	205 mln	137 mln	343 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere regio's in % en €	2004	5% 9 mln	30% 60 mln	18% 69 mln
	2011	7% 14 mln	29% 60 mln	18% 74 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 2 mln	18% 37 mln	9% 39 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	174 mln	201 mln	375 mln
	2011	212 mln	207 mln	419 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 6.814	€ 1.600	€ -
	2011	€ 7.431	€ 1.173	€ 2.366

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	140 winkels 24.914 m ²	145 winkels 26.008 m ²	50 winkels 7.383 m ²	169 winkels 73.670 m ²	14 winkels 777 m ²	55 winkels 6.669 m ²	573 winkels 139.421 m ²
2011	129 winkels 27.598 m ²	140 winkels 33.124 m ²	46 winkels 6.816 m ²	149 winkels 76.132 m ²	15 winkels 1.079 m ²	57 winkels 7.717 m ²	536 winkels 152.466 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	87%	74%	€ 156	€ 126
doet warenmarktaankopen	63%	67%	€ 23	€ 31
bezoekt koopzondag	52%	66%	€ 114	€ 94
bezoekt een supermarkt op zondag	18%	55%	€ 34	€ 36
doet woon-werk aankopen	68%	73%	€ 34	€ 42

Belangrijkste aankoopplaatsen voor mensen uit de regio + omzet

Dagelijkse artikelen

Oud-Beijerland, Oud-Beyerland centrum	2011	40 mln
	2004	39 mln
Oud-Beijerland, Beijerse Hof	2011	25 mln
	2004	- mln
Puttershoek, Puttershoek centrum	2011	23 mln
	2004	- mln
's-Gravendeel, 's-Gravendeel centrum	2011	22 mln
	2004	- mln

Niet-dagelijkse artikelen

Oud-Beijerland, Oud-Beyerland centrum	2011	46 mln
	2004	66 mln
's-Gravendeel, 's-Gravendeel centrum	2011	12 mln
	2004	- mln
Oud-Beijerland, Woonboulevard De Bosschen	2011	10 mln
	2004	- mln
Numansdorp, Numansdorp centrum	2011	10 mln
	2004	- mln