

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de regio Midden Holland 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.

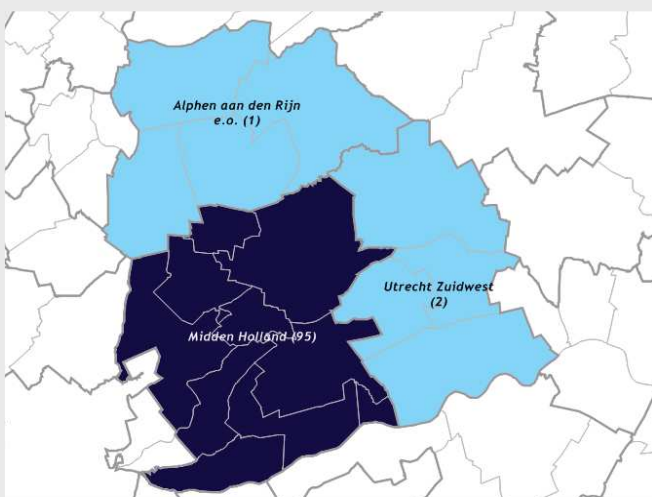
De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.



De dagelijkse boodschappen worden door 87% van de inwoners vooral in de eigen regio gedaan. In 2004 was dit met 92% nog iets meer. In de niet-dagelijkse sector is de binding in 2011 57%, in 2004 was dit nog 67%. Voor dagelijkse boodschappen is Gouda Bloemendaal de belangrijkste aankoopplaats, in de niet-dagelijkse sector is dit het centrum van Gouda. Een vijfde van de Inwoners van Midden Holland (22%) doet op zondag wel eens boodschappen in een supermarkt, in het hele gebied is dit 55%. Ook koopzondagen (54%) worden door mensen uit deze regio minder vaak bezocht dan gemiddeld (66%).

Dagelijkse artikelen

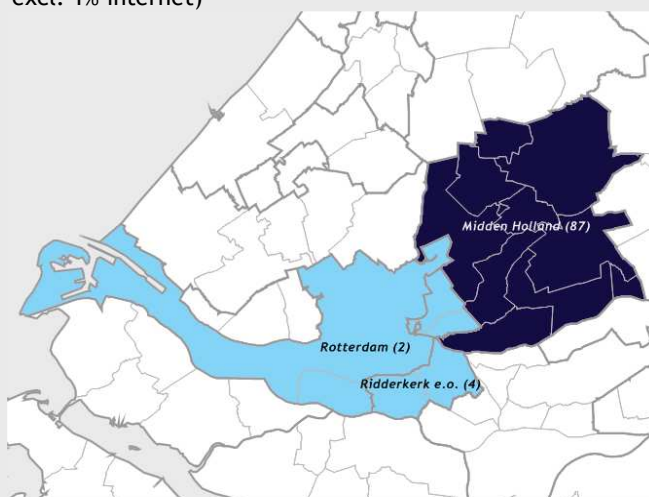
Waar komt omzet in Midden Holland vandaan (in %)



overig Nederland: 2

Dagelijkse artikelen

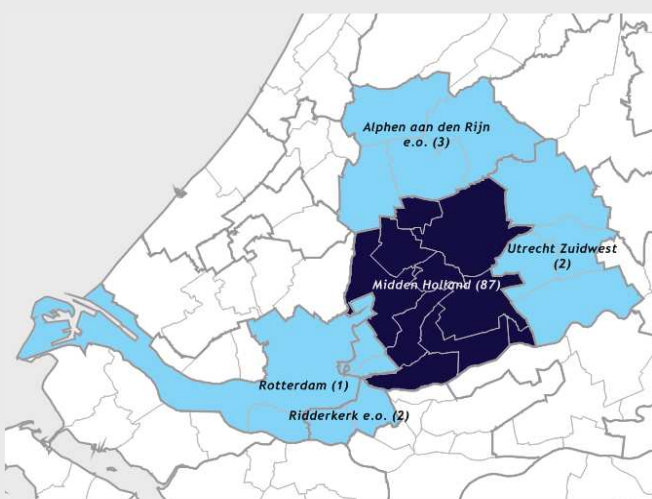
Waar gaan bestedingen uit Midden Holland naar toe (in %, excl. 1% internet)



overig Nederland: 6

Niet-dagelijkse artikelen

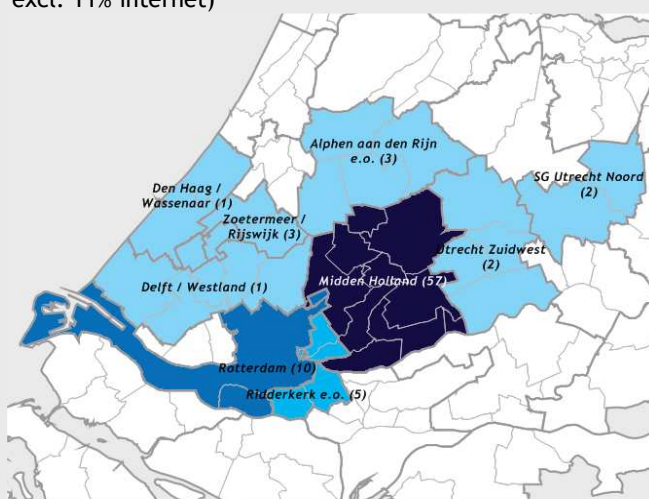
Waar komt omzet in Midden Holland vandaan (in %)



overig Nederland: 6

Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Midden Holland naar toe (in %, excl. 11% internet)



overig Nederland: 5

Kerngegevens Midden Holland

| | Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | Totaal |
|-----------------------------|------|----------------------|---------------------------|----------------|
| Koopkrachtbinding in % en € | 2004 | 92% 456 mln | 67% 385 mln | 78% 841 mln |
| | 2011 | 87% 514 mln | 57% 328 mln | 72% 842 mln |
| Toevloeiing in % en € | 2004 | 3% 15 mln | 17% 79 mln | 10% 95 mln |
| | 2011 | 5% 29 mln | 13% 51 mln | 9% 80 mln |
| Omzet in € | 2004 | 471 mln | 465 mln | 936 mln |
| | 2011 | 543 mln | 378 mln | 921 mln |

| | Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | Totaal |
|--|------|----------------------|---------------------------|----------------|
| Afvloeiing andere regio's in % en € | 2004 | 8% 40 mln | 33% 192 mln | 22% 232 mln |
| | 2011 | 12% 72 mln | 32% 181 mln | 22% 253 mln |
| Afvloeiing internet in % en € | 2004 | -% - mln | -% - mln | -% - mln |
| | 2011 | 1% 6 mln | 11% 65 mln | 6% 70 mln |
| Bestedingspotentieel in € | 2004 | 496 mln | 577 mln | 1.073 mln |
| | 2011 | 592 mln | 573 mln | 1.165 mln |
| Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand) | 2004 | € 7.606 | € 1.983 | € - |
| | 2011 | € 7.857 | € 1.506 | € 2.876 |

Winkelaanbod

| Jaar | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen | | | | Leegstand | Totaal |
|------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|---|
| | | Mode en luxe | Vrije tijd | In en om het huis | Overig | | |
| 2004 | 384 winkels 61.963 m ² | 409 winkels 54.522 m ² | 159 winkels 20.751 m ² | 443 winkels 151.352 m ² | 70 winkels 7.335 m ² | 144 winkels 20.042 m ² | 1.609 winkels 315.965 m ² |
| 2011 | 368 winkels 69.116 m ² | 390 winkels 56.831 m ² | 136 winkels 27.237 m ² | 408 winkels 158.832 m ² | 58 winkels 8.397 m ² | 148 winkels 26.398 m ² | 1.508 winkels 346.811 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% | € 106 | € 126 |
| doet warenmarktaankopen | 72% | 67% | € 23 | € 31 |
| bezoekt koopzondag | 54% | 66% | € 137 | € 94 |
| bezoekt een supermarkt op zondag | 22% | 55% | € 48 | € 36 |
| doet woon-werk aankopen | 68% | 73% | € 32 | € 42 |

Belangrijkste aankoopplaatsen voor mensen uit de regio + omzet

Dagelijkse artikelen

| | | |
|--|------|--------|
| Gouda, Bloemendaal | 2011 | 52 mln |
| | 2004 | - mln |
| Bodegraven, Bodegraven centrum | 2011 | 38 mln |
| | 2004 | 34 mln |
| Nieuwerkerk Ad IJssel, Reigerhof Nieuwerkerk ad IJssel | 2011 | 36 mln |
| | 2004 | - mln |
| Gouda, Goverwelle | 2011 | 32 mln |
| | 2004 | - mln |

Niet-dagelijkse artikelen

| | | |
|----------------------------------|------|---------|
| Gouda, Gouda centrum | 2011 | 112 mln |
| | 2004 | 203 mln |
| Bodegraven, Bodegraven centrum | 2011 | 29 mln |
| | 2004 | 28 mln |
| Boskoop, Boskoop centrum | 2011 | 18 mln |
| | 2004 | - mln |
| Schoonhoven, Schoonhoven centrum | 2011 | 15 mln |
| | 2004 | - mln |