

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de regio Schiedam/Vlaardingen 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.

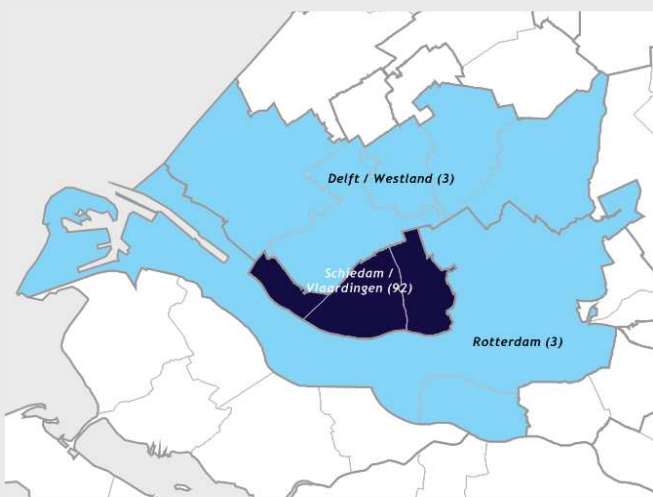
De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.



Negen van de tien inwoners (90%) doen hun dagelijkse boodschappen in de eigen regio, dit is ook in 2004 het geval (94%). Voor niet-dagelijkse artikelen daalt de binding aan de regio van 70% naar 60%. Niet-dagelijkse omzet vloeit vooral naar de regio Rotterdam. De centra van Vlaardingen en Schiedam zijn de belangrijkste aankoopplaatsen in deze regio. In de niet-dagelijkse sector is de omzet van beide aankooplocaties fors gedaald. Inwoners doen minder vaak op zondag aankopen in een supermarkt (42% dan gemiddeld (55%). Ook doet men minder vaak woon- werkaankopen (65% om 73%).

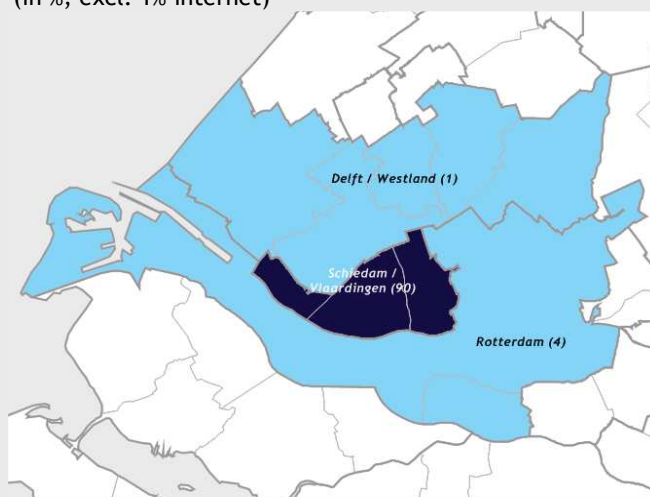
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Schiedam/Vlaardingen vandaan (in %)



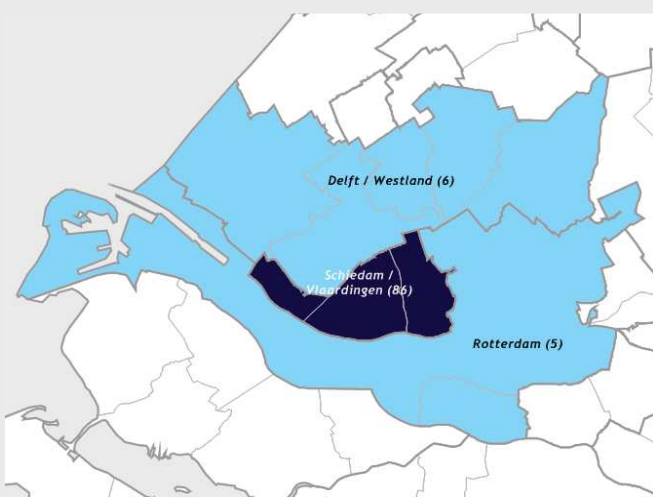
Dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Schiedam/Vlaardingen naar toe (in %, excl. 1% internet)



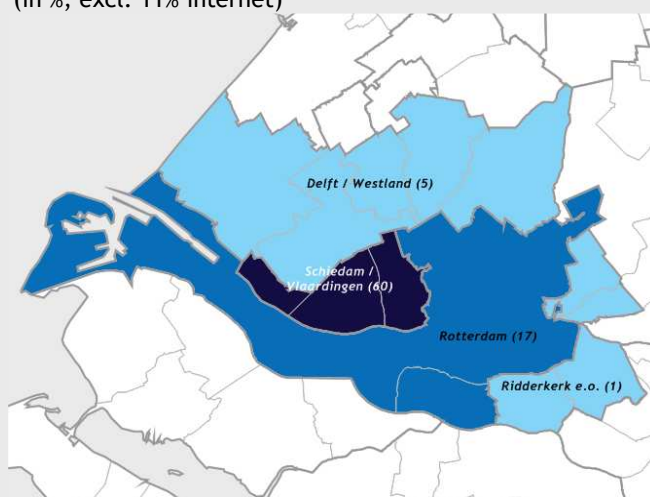
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Schiedam/Vlaardingen vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Schiedam/Vlaardingen naar toe (in %, excl. 11% internet)



Kerngegevens Schiedam/Vlaardingen

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	94% 340 mln	70% 294 mln	81% 634 mln
	2011	90% 384 mln	60% 237 mln	76% 620 mln
Toevloeiing in % en €	2004	5% 16 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	8% 32 mln	14% 39 mln	10% 71 mln
Omzet in €	2004	357 mln	- mln	- mln
	2011	416 mln	275 mln	691 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere regio's in % en €	2004	6% 21 mln	30% 126 mln	19% 147 mln
	2011	9% 38 mln	29% 113 mln	18% 151 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 3 mln	11% 45 mln	6% 48 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	361 mln	420 mln	781 mln
	2011	424 mln	395 mln	820 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 6.791	€ -	€ -
	2011	€ 7.234	€ 1.617	€ 3.034

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	343 winkels 52.499 m ²	325 winkels 51.409 m ²	112 winkels 13.397 m ²	326 winkels 104.563 m ²	64 winkels 5.936 m ²	229 winkels 35.356 m ²	1.399 winkels 263.160 m ²
2011	333 winkels 57.463 m ²	296 winkels 48.967 m ²	85 winkels 11.734 m ²	275 winkels 99.434 m ²	58 winkels 10.203 m ²	223 winkels 28.945 m ²	1.270 winkels 256.746 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	71%	74%	€ 124	€ 126
doet warenmarktaankopen	68%	67%	€ 22	€ 31
bezoekt koopzondag	64%	66%	€ 92	€ 94
bezoekt een supermarkt op zondag	42%	55%	€ 31	€ 36
doet woon-werk aankopen	65%	73%	€ 30	€ 42

Belangrijkste aankoopplaatsen voor mensen uit de regio + omzet

Dagelijkse artikelen

Vlaardingen, Vlaardingen centrum	2011	56 mln
	2004	61 mln
Schiedam, Schiedam centrum	2011	50 mln
	2004	46 mln
Maassluis, Koningshoek	2011	48 mln
	2004	48 mln
Vlaardingen, De Loper	2011	45 mln
	2004	46 mln

Niet-dagelijkse artikelen

Vlaardingen, Vlaardingen centrum	2011	68 mln
	2004	114 mln
Schiedam, Schiedam centrum	2011	43 mln
	2004	77 mln
Maassluis, Koningshoek	2011	23 mln
	2004	28 mln
Vlaardingen, Deltaweg	2011	20 mln
	2004	- mln