

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de regio IJmond 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.

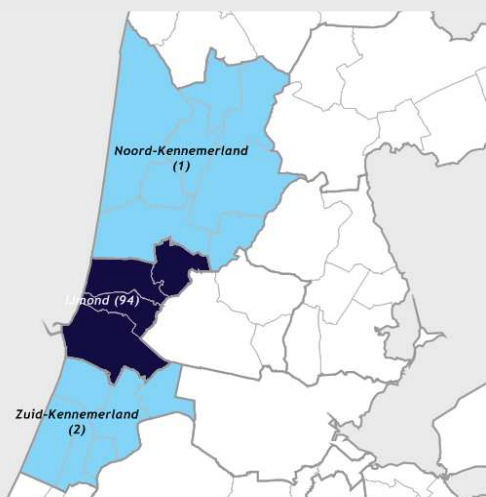


De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.

Negen op de tien inwoners (91%) doen hun dagelijkse boodschappen in deze regio. Voor niet-dagelijkse artikelen komt de binding uit op 65%. Het centrum van Heemskerk is de voornaamste aankooplocatie voor dagelijkse artikelen, het centrum van Beverwijk is dat voor niet-dagelijkse artikelen. Voor niet-dagelijkse artikelen vloeit bijna een kwart (24%) van de bestedingen naar andere regio's, vooral naar Zuid- en Noord-Kennemerland. Inwoners van de regio IJmond bezoeken vaker dan gemiddeld een supermarkt op zondag (63% om 55%) en geven meer geld uit op koopzondagen: € 141,- tegenover € 94,- in het hele onderzoeksgebied.

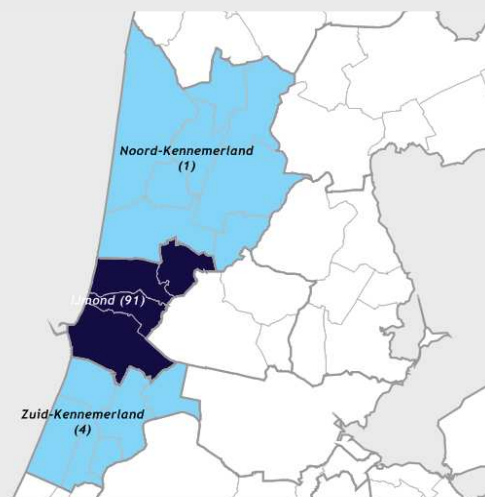
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in IJmond vandaan (in %)



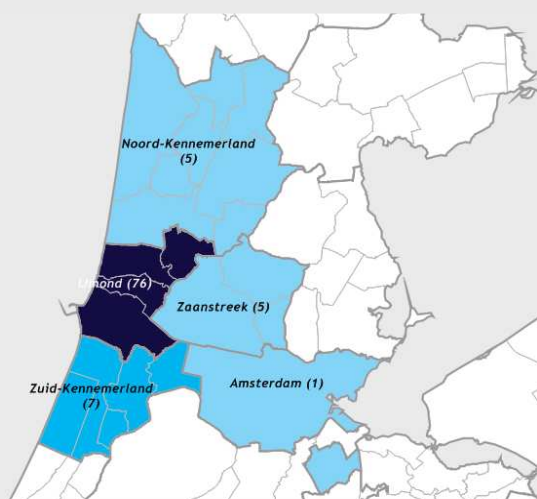
Dagelijkse artikelen

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



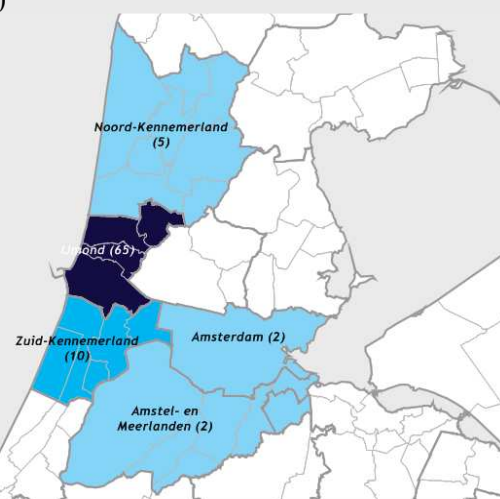
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in IJmond vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

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



Kerngegevens IJmond

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	91% 348 mln	65% 237 mln	78% 585 mln
Toevloeiing in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	6% 22 mln	24% 74 mln	14% 97 mln
Omzet in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	370 mln	312 mln	682 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere regio's in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	8% 32 mln	24% 87 mln	16% 119 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 4 mln	11% 41 mln	6% 45 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	384 mln	365 mln	749 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ -	€ -	€ -
	2011	€ 6.683	€ 1.571	€ 2.686

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	273 winkels 52.100 m ²	235 winkels 40.764 m ²	89 winkels 10.351 m ²	283 winkels 140.744 m ²	36 winkels 7.388 m ²	58 winkels 11.508 m ²	974 winkels 262.855 m ²
2011	258 winkels 55.363 m ²	236 winkels 45.270 m ²	75 winkels 11.984 m ²	266 winkels 131.576 m ²	43 winkels 9.611 m ²	99 winkels 25.752 m ²	977 winkels 279.556 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%	€ 122	€ 126
doet warenmarktaankopen	72%	67%	€ 37	€ 31
bezoekt koopzondag	70%	66%	€ 141	€ 94
bezoekt een supermarkt op zondag	63%	55%	€ 33	€ 36
doet woon-werk aankopen	67%	73%	€ 43	€ 42

Belangrijkste aankoopplaatsen voor mensen uit de regio + omzet

Dagelijkse artikelen

Heemskerk, Heemskerk centrum	2011	56 mln
	2004	- mln
Beverwijk, Marlo-terrein	2011	34 mln
	2004	- mln
IJmuiden, IJmuiden centrum	2011	31 mln
	2004	- mln
Velserbroek, Verserbroek centrum	2011	29 mln
	2004	- mln

Niet-dagelijkse artikelen

Beverwijk, Beverwijk centrum	2011	79 mln
	2004	- mln
Beverwijk, Woonboulevard Beverwijk	2011	42 mln
	2004	- mln
IJmuiden, IJmuiden centrum	2011	39 mln
	2004	- mln
Heemskerk, Heemskerk centrum	2011	34 mln
	2004	- mln