

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de regio Noord-Kennemerland 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.

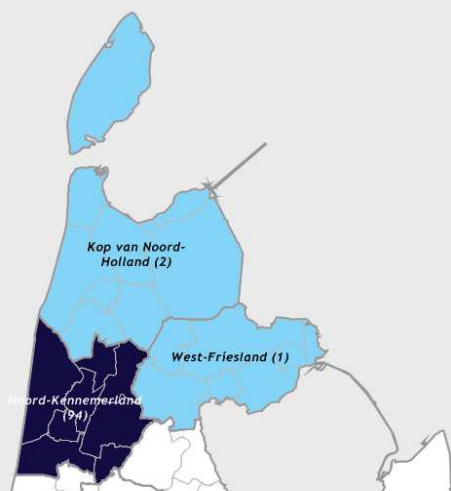
De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.



Noord-Kennemerland heeft in zowel de dagelijkse sector (95%) en de niet-dagelijkse sector (78%) zeer hoge bindingspercentages. Dagelijkse omzet komt vooral uit de regio zelf. In de niet-dagelijkse sector is sprake van toevloeiing vanuit West-Friesland en Kop van Noord-Holland. Alkmaar is de belangrijkste aankooplocatie: voor dagelijkse boodschappen De Mare en voor niet-dagelijkse artikelen het centrum van de stad. Tweederde (67%) van de inwoners bezoekt wel eens een supermarkt op zondag, gemiddeld is dit 55%. Men geeft in de regel minder geld uit dan gemiddeld aan de aanvullende aankoopkanalen. Ten opzichte van 2004 is het winkelaanbod en de leegstand aanzienlijk toegenomen.

Dagelijkse artikelen

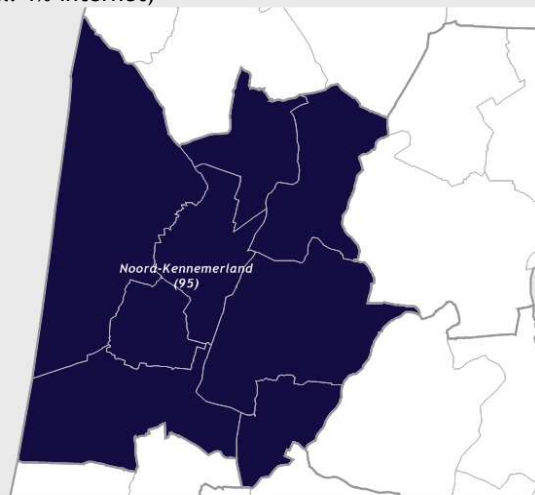
Waar komt omzet in Noord-Kennemerland vandaan (in %)



overig Nederland: 2

Dagelijkse artikelen

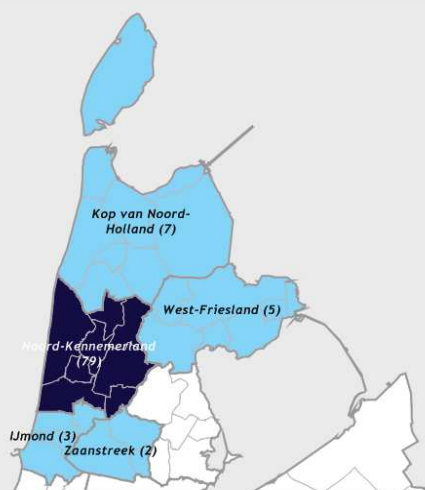
Waar gaan bestedingen uit Noord-Kennemerland naar toe (in %, excl. 1% internet)



overig Nederland: 5

Niet-dagelijkse artikelen

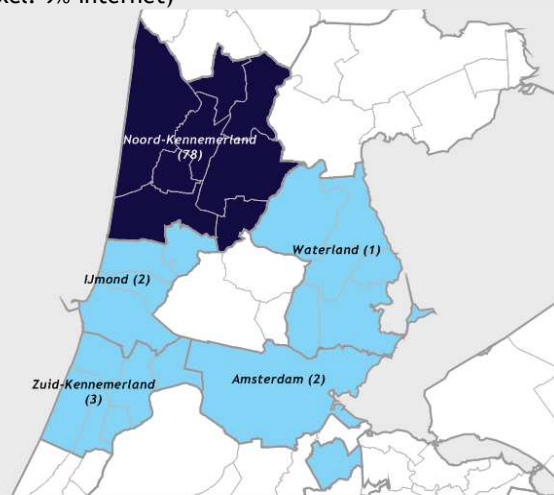
Waar komt omzet in Noord-Kennemerland vandaan (in %)



overig Nederland: 5

Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Noord-Kennemerland naar toe (in %, excl. 9% internet)



overig Nederland: 5

Kerngegevens Noord-Kennemerland

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	95% 632 mln	78% 502 mln	87% 1.134 mln
Toevloeiing in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	6% 39 mln	21% 133 mln	13% 172 mln
Omzet in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	671 mln	635 mln	1.306 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere regio's in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	5% 33 mln	12% 80 mln	9% 113 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	1% 4 mln	9% 59 mln	5% 63 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	- mln	- mln	- mln
	2011	668 mln	641 mln	1.310 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ -	€ -	€ -
	2011	€ 6.624	€ 1.423	€ 2.385

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	470 winkels 83.033 m ²	553 winkels 90.371 m ²	192 winkels 33.092 m ²	497 winkels 220.033 m ²	73 winkels 9.252 m ²	93 winkels 23.905 m ²	1.878 winkels 459.686 m ²
2011	460 winkels 101.307 m ²	629 winkels 113.700 m ²	174 winkels 45.374 m ²	490 winkels 271.919 m ²	85 winkels 15.288 m ²	140 winkels 40.775 m ²	1.978 winkels 588.363 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	77%	74%	€ 128	€ 126
doet warenmarktaankopen	67%	67%	€ 21	€ 31
bezoekt koopzondag	69%	66%	€ 74	€ 94
bezoekt een supermarkt op zondag	67%	55%	€ 26	€ 36
doet woon-werk aankopen	73%	73%	€ 51	€ 42

Belangrijkste aankoopplaatsen voor mensen uit de regio + omzet

Dagelijkse artikelen

Alkmaar, De Mare	2011	81 mln
	2004	- mln
Heerhugowaard, Middenwaard	2011	66 mln
	2004	- mln
Alkmaar, Alkmaar centrum	2011	46 mln
	2004	- mln
Castricum, Geesterduin	2011	35 mln
	2004	- mln

Niet-dagelijkse artikelen

Alkmaar, Alkmaar centrum	2011	196 mln
	2004	- mln
Alkmaar, Overstad	2011	70 mln
	2004	- mln
Heerhugowaard, Middenwaard	2011	60 mln
	2004	- mln
Alkmaar, De Mare	2011	28 mln
	2004	- mln