

FACTSHEET 2011

In welke mate doen inwoners van de regio Utrecht Zuidoost 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.

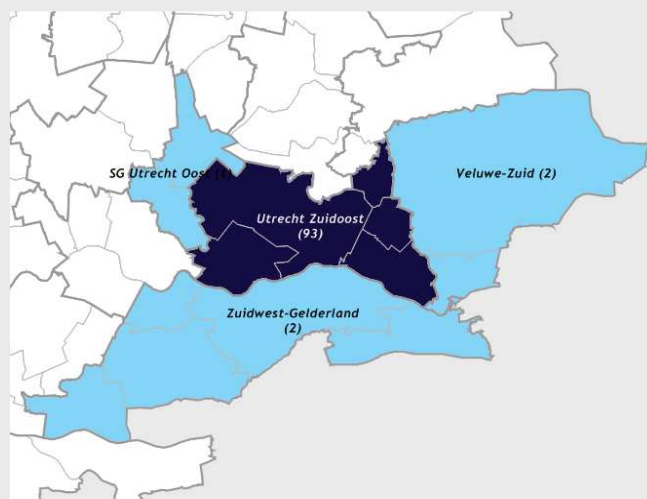
De factsheet maakt onderdeel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011. Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder zo'n 66.000 consumenten in 158 gemeenten.



Inwoners van de regio Utrecht Zuidoost doen in 88% van de gevallen dagelijkse boodschappen in deze regio. Voor niet-dagelijkse artikelen is de binding 60%. De regio trekt (naast omzet uit het gebied zelf) niet-dagelijkse klanten aan uit de Gelderse regio's Veluwe-Zuid en Zuidwest-Gelderland. Er vloeien bestedingen af naar SG Utrecht Noord en Oost. Het centrum van Veenendaal is de belangrijkste aankooplocatie in Utrecht Zuidoost. Een minderheid (13%) van de inwoners bezoekt een supermarkt op zondag (55% gemiddeld), ook koopzondagen worden minder vaak bezocht (41% om 66%). De leegstand is sinds 2004 bijna verdubbeld.

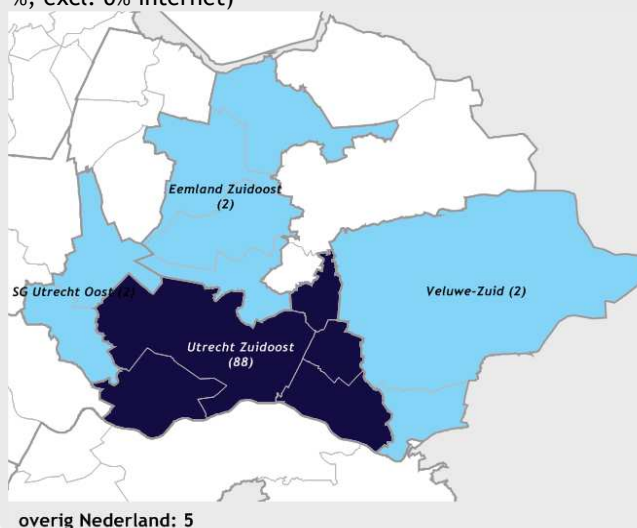
Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Utrecht Zuidoost vandaan (in %)



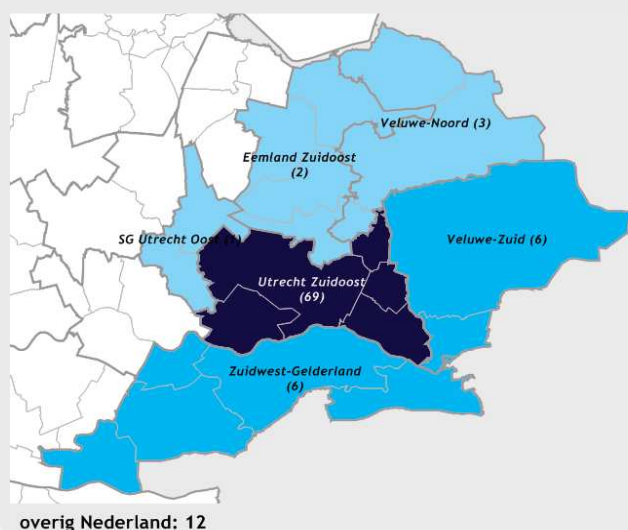
Dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Utrecht Zuidoost naar toe (in %, excl. 0% internet)



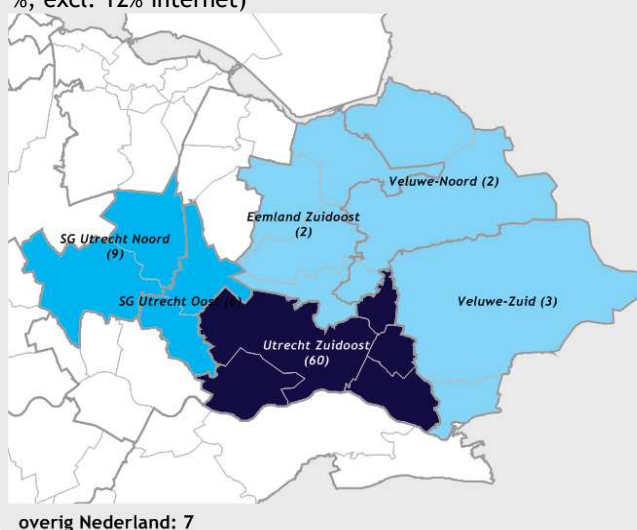
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Utrecht Zuidoost vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Utrecht Zuidoost naar toe (in %, excl. 12% internet)



Kerngegevens Utrecht Zuidoost

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	2004	93% 297 mln	69% 255 mln	80% 551 mln
	2011	88% 345 mln	60% 227 mln	74% 572 mln
Toevloeiing in % en €	2004	2% 6 mln	-% - mln	-% - mln
	2011	7% 27 mln	31% 104 mln	19% 131 mln
Omzet in €	2004	303 mln	- mln	- mln
	2011	371 mln	331 mln	702 mln

	Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Afvloeiing andere regio's in % en €	2004	7% 23 mln	31% 116 mln	20% 139 mln
	2011	12% 46 mln	29% 110 mln	20% 156 mln
Afvloeiing internet in % en €	2004	-% - mln	-% - mln	-% - mln
	2011	0% 1 mln	12% 44 mln	6% 45 mln
Bestedingspotentieel in €	2004	320 mln	371 mln	691 mln
	2011	392 mln	381 mln	773 mln
Vloerproductiviteit in € (excl. leegstand)	2004	€ 6.705	€ -	€ -
	2011	€ 7.985	€ 1.647	€ 2.838

Winkelaanbod

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		
2004	262 winkels 45.142 m ²	309 winkels 55.869 m ²	106 winkels 13.929 m ²	311 winkels 99.565 m ²	30 winkels 4.176 m ²	72 winkels 12.238 m ²	1.090 winkels 230.919 m ²
2011	248 winkels 46.490 m ²	317 winkels 57.437 m ²	85 winkels 12.810 m ²	302 winkels 124.090 m ²	45 winkels 6.646 m ²	116 winkels 22.356 m ²	1.113 winkels 269.829 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	76%	74%	€ 104	€ 126
doet warenmarktaankopen	69%	67%	€ 23	€ 31
bezoekt koopzondag	41%	66%	€ 154	€ 94
bezoekt een supermarkt op zondag	13%	55%	€ 51	€ 36
doet woon-werk aankopen	67%	73%	€ 27	€ 42

Belangrijkste aankoopplaatsen voor mensen uit de regio + omzet

Dagelijkse artikelen

Veenendaal, Veenendaal centrum	2011	79 mln
	2004	98 mln
Driebergen-Rijsenburg, Driebergen Rysenburg centrum	2011	38 mln
	2004	- mln
Veenendaal, De Ellekoot	2011	31 mln
	2004	- mln
Rhenen, Rhenen centrum	2011	25 mln
	2004	12 mln

Niet-dagelijkse artikelen

Veenendaal, Veenendaal centrum	2011	168 mln
	2004	252 mln
Veenendaal, Woonboulevard Groeneveldselaan	2011	27 mln
	2004	27 mln
Driebergen-Rijsenburg, Driebergen Rysenburg centrum	2011	16 mln
	2004	- mln
Rhenen, Rhenen centrum	2011	14 mln
	2004	19 mln