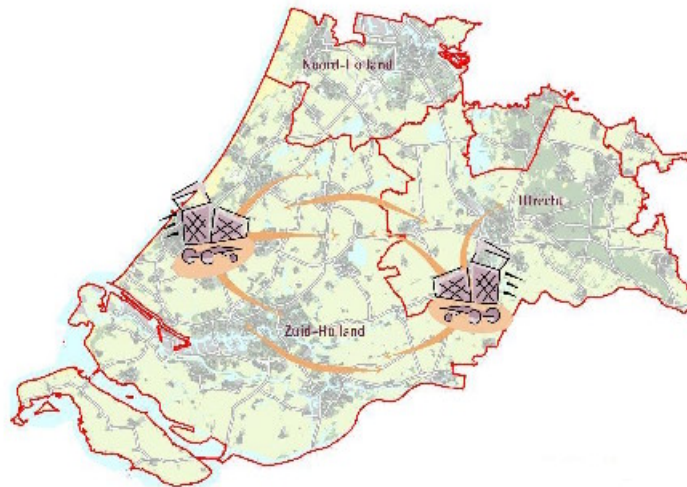


Provincies Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Holland Zuid

Koopstromenonderzoek Randstad 2004 Eindrapport



Provincies Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Holland Zuid

Koopstromenonderzoek Randstad 2004 Eindconcept

Datum
Kenmerk ZHA095/Gfr/0013
Eerste versie

Eindrapport, 7 januari 2004

Inhoud	Pagina
1 Inleiding	1
1.1 Aanleiding en doelstelling	1
1.1.1 Kracht van het koopstromenonderzoek	1
1.1.2 Doelstelling van het onderzoek	1
2 Onderzoekopzet	3
2.1 Onderzoeksgebied	3
2.2 Aanbodanalyse	5
2.3 Branchering	5
2.4 Vraaganalyse	6
2.4.1 Steekproeftrekking	6
2.4.2 Steekproefomvang	6
2.4.3 Weging	7
2.4.4 'Yesterday-methode'	8
2.5 Toevloeiing van buiten onderzoeksgebied	8
2.6 Bestedingscijfers	9
2.7 Economisch functioneren	9
3 Detailhandelsaanbod	11
3.1 Inleiding	11
3.2 Aanbodanalyse	11
3.2.1 Schaalvergroting winkelaanbod	15
4 Consumentengedrag	17
4.1.1 Koopstromen onderzoeksgebied	17
4.1.2 Koopstromen provincie Zuid-Holland	17
4.1.3 Koopstromen provincie Utrecht	23
4.1.4 Koopstromen Noord-Holland Zuid	27
5 Economisch functioneren	30
5.1 Detailhandelsomzet	30
5.2 Vloerproductiviteit	32
5.3 Winkelcentra: Omzetten	33
5.3.1 De top-75	33
5.3.2 Winkelcentra in de Randstad: de top-75	36
5.3.3 De top-50 van Zuid-Holland	37
5.3.4 De top-25 van Utrecht	38
5.3.5 De top-12 van Noord-Holland Zuid	39

5.3.6	Woonboulevards	39
5.4	Winkelcentra: Marktaandelen	40
5.5	Winkels in kleine kernen	42
5.6	Niet-winkelaankopen	43
5.6.1	Internetaankopen	45
6	Winkelgedrag consument	46
6.1	Bezoekfrequentie	46
6.1.1	Bezoekfrequentie per provincie, per sector	47
6.2	Bezoekmotieven	49
6.2.1	Vervoerwijze	51
6.2.2	Koopzondag	52
6.2.3	Wisselwerking detailhandel en leisure	55
6.2.4	'Werkkoopstromen'	57
7	Beoordeling aankoopplaatsen	59
7.1	Bereikbaarheid en parkeren	61
8	Kenmerken respondenten	63
8.1.1	Huishouden samenstelling	63
8.1.2	Leeftijdsopbouw	63
8.1.3	Netto maandinkomen	63
8.1.4	Etniciteit	64

1 Inleiding

1.1 Aanleiding en doelstelling

Voor u ligt het eindconcept van het 'Koopstromenonderzoek Randstad 2004'. Dit is voor het eerst dat in Nederland een koopstromenonderzoek in meerdere provincies tegelijk is uitgevoerd. De provincies Zuid-Holland en Utrecht en circa dertig andere opdrachtgevers vanuit gemeenten en Kamers van Koophandel hebben de middelen bijeengelegd om dit mogelijk te maken. Hierdoor kon ook het zuidelijke deel van Noord-Holland worden meegenomen. De provincie Zuid-Holland en de Kamer van Koophandel Rijnland zijn de pioniers; in Zuid-Holland werden provinciale koopstromen onderzocht in 1978, 1988, 1994 en 1999.

De eerdere provinciale koopstromenonderzoeken hebben veel inzicht opgeleverd in het economisch functioneren van de detailhandel in de provincie, zowel op gemeentelijk als op centrumniveau. Dit inzicht heeft in veel gevallen geleid tot bouwstenen voor beleid. Ook in dit onderzoek staat de vergelijkbaarheid met het vorige onderzoek voorop. Voor de provincie Zuid-Holland is hierdoor een reeks van vijftien jaar beschikbaar. De provincie Utrecht en de overige gebieden kunnen hun koopstromen voor de eerste keer vergelijken met die van Zuid-Holland, en met onderzoeken die eerder zijn uitgevoerd binnen hun eigen gemeenten.

1.1.1 Kracht van het koopstromenonderzoek

Koopstromenonderzoek vormt sinds jaar en dag een essentiële basis voor distributieplanologisch onderzoek en detailhandelsbeleid. Het koopstromenonderzoek geeft inzicht in de wijzigingen in het consumentengedrag en in het functioneren van de winkelgebieden. Het koopgedrag van de consument kent constanten en verandert ook continu. Dit veranderende gedrag is onder andere het gevolg van de nog immer toenemende mobiliteit, de ontwikkeling van nieuwe en perifere detailhandelsconcentraties, de opkomst van nieuwe concepten zoals het Factory Outlet Centre en de combinatie van detailhandel- en leisurebezoek. Door deze ontwikkelingen, is het koopgedrag van de consument steeds diffuser geworden. Dit maakt het belangrijk te beschikken over metingen die met een bepaalde frequentie herhaald worden. Op deze manier is een vijfjaarlijks herhaald koopstromenonderzoek een betrouwbare basis voor detailhandelsonderzoek en –beleid, waarmee optimaal wordt ingespeeld op de actuele trends en ontwikkelingen in de detailhandel en in het consumentengedrag. In het plan van aanpak geven wij nader aan hoe wij in het koopstromenonderzoek met deze trends en ontwikkelingen omgaan.

1.1.2 Doelstelling van het onderzoek

De hoofddoelstelling voor het 'Koopstromenonderzoek Randstad 2004' is als volgt geformuleerd:



Het verkrijgen van inzicht in (de wijzigingen in) het ruimtelijk gedrag ten aanzien van de grotere/regionale aankoopplaatsen en het economisch functioneren van winkelgebieden, op een zodanige wijze (volgens een zodanige methodiek) dat vergelijkbaarheid met eerdere koopstromenonderzoeken is gegarandeerd en herhaling van het onderzoek over vijf jaar kan plaatsvinden. Tevens het verkrijgen van inzicht in het ruimtelijk gedrag ten aanzien van stedelijke, aan de detailhandel verbonden leisurevoorzieningen.

De basis van het onderzoek vormt net als andere jaren de koopstromenmeting. Aan de orde komt ook de consumentenrespons over onder andere bezoekfrequentie, bezoekmotieven, bereikbaarheid en vervoermiddelgebruik. Dit jaar is voor het eerst expliciet aandacht besteed aan het bezoek van aan de detailhandel verbonden leisurevoorzieningen en 'werkkoopstromen'. Belangrijke onderdelen van het onderzoek zijn voorts kwantitatieve inzichten in onder andere de detailhandelsomzet naar sector, het economisch functioneren van het winkelaanbod, de marktaandeelen van de winkelcentra, de aankoopmomenten van de consument en de dynamiek in de sector.



2 Onderzoeksopzet

2.1 Onderzoeksgebied

In vergelijking met de voorgaande onderzoeken is het onderzoeksgebied uitgebreid. Het onderzoeksgebied bestaat uit de provincie Zuid-Holland, de provincie Utrecht en het zuidelijke gedeelte van de provincie Noord-Holland (hierna te noemen Noord-Holland Zuid). Binnen elke provincie wordt een aantal herkomstgebieden onderscheiden. Het onderzoeksgebied bestaat in totaal uit 30 herkomstgebieden, verdeeld over de provincies Zuid-Holland (15), Utrecht (8) en Noord-Holland Zuid (7).

In tabel 2.1 staat per provincie een overzicht van de herkomstgebieden, en de bijbehorende (deel)gemeenten. Afbeelding 2.1 toont de ligging van de 30 herkomstgebieden.

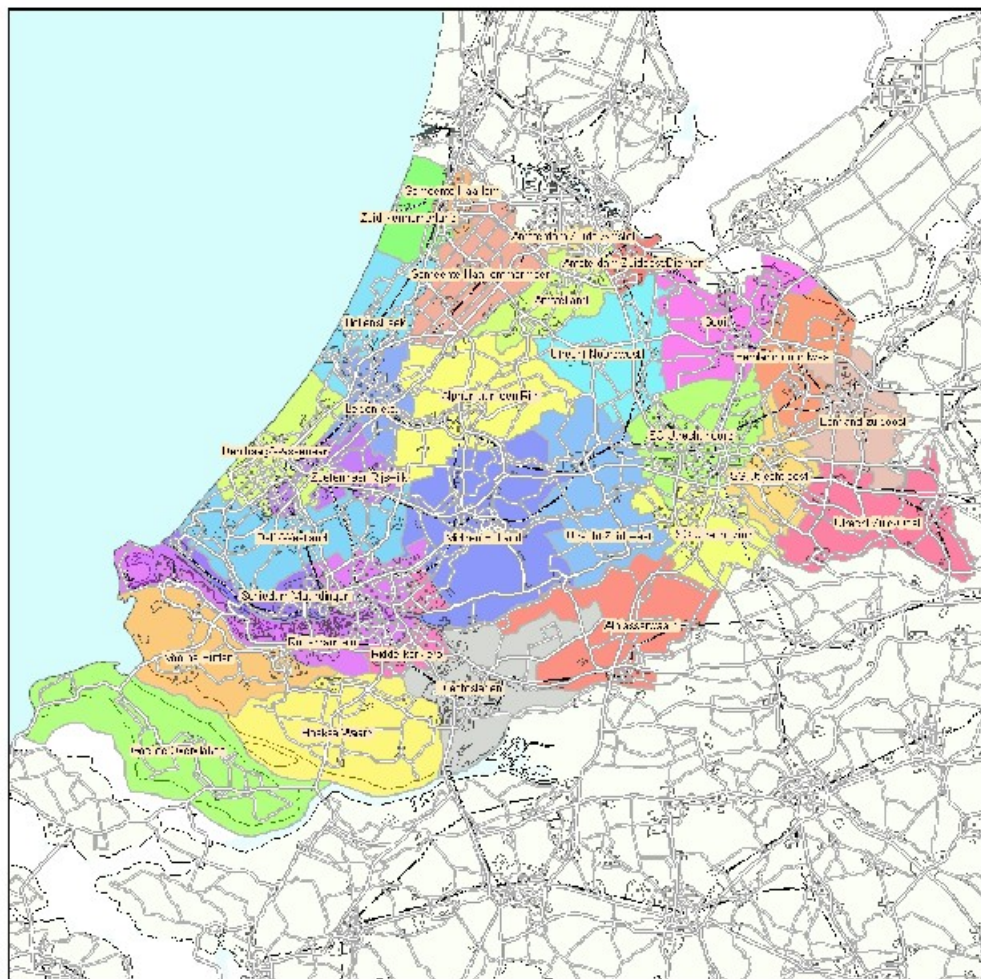
provincie	herkomstgebied	Gemeenten
Zuid-Holland	Den Haag/Wassenaar	Den Haag, Wassenaar
	Delft/Westland	Bergschenhoek, Berkel en Rodenrijs, Bleiswijk, Delft, Westland (voorheen 's-Gravenzande, De Lier, Wateringen Naaldwijk en Monster), Midden Delftland (voormalig Schipluiden en Maasland) Pijnacker
	Midden-Holland	Bergambacht, Bodegraven, Boskoop, Gouda, Moordrecht, Nieuwekerk aan den IJssel, Reeuwijk, Schoonhoven, Vlist, Waddinxveen, Nederlek, Ouderkerk, Zevenhuizen-Moerkapelle
	Schiedam/Vlaardingen	Maassluis, Rotterdam Hoek van Holland, Rozenburg, Schiedam, Vlaardingen
	Rotterdam e.o.	Rotterdam
	Ridderkerk e.o.	Barendrecht, Capelle aan den IJssel, Krimpen aan den IJssel, Ridderkerk
	Drechtsteden	Alblasserdam, Dordrecht, Hendrik-Ido-Ambacht, Nieuw-Lekkerland, Papendrecht, Sliedrecht, Zwijndrecht, Graafstroom
	Alblasserwaard	Gorinchem, Hardinxveld-Giessendam, Leerdam, Giessenlanden, Liesveld, Zederik
	Voorne-Putten	Brielle, Hellevoetsluis, Bernisse, Spijkenisse, Westvoorne
	Hoeksche-Waard	's-Gravendeel, Oud-Beijerland, Binnenmaas, Korendijk, Cromstrijen, Strijen
	Goeree-Overflakkee	Dirksland, Goedereede, Middelharnis, Oostflakkee
	Alphen aan den Rijn	Ter Aar, Alkemade, Alphen aan den Rijn, Nieuwkoop, Jacobswoude, Rijnwoude, Liemeer
	Bollenstreek	Hillegom, Katwijk, Lisse, Noordwijk, Noordwijkerhout, Sassenheim, Valkenburg, Voorhout
	Leiden e.o.	Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest, Rijnsburg, Voorschoten, Warmond, Zoeterwoude
	Zoetermeer/Rijswijk	Leidschendam/Voorburg, Nootdorp, Rijswijk, Zoetermeer
Utrecht	Utrecht noordwest	Abcoude, Loenen, De Ronde Venen, Breukelen
	Utrecht zuidwest	Woerden, Montfoort, Oudewater, Lopik
	Utrecht zuidoost	Veenendaal, Rhenen, Renswoude, Amerongen, Leersum, Maarn, Doorn, Wijk bij Duurstede
	Eemland zuidoost	Amersfoort, Leusden, Woudenberg
	Eemland noordwest	Baarn, Soest, Eemnes, Bunschoten
	SG Utrecht oost	Zeist, Driebergen-Rijsenburg, Bunnik
	SG Utrecht zuid	Nieuwegein, Houten, IJsselstein, Vianen
	SG Utrecht noord	Utrecht, Maarssen, De Bilt
Noord-Holland	Gooi	Hilversum, Laren, Wijdmeren, Bussum, Huizen, Blaricum,



provincie	herkomstgebied	Gemeenten
Zuid		Weesp
	Amsterdam Zuidoost/Diemen	Amsterdam Zuidoost, Diemen
	Amsterdam Zuid	Stadsdelen Zuideramstel, Oud-Zuid
	Amstelland	Amstelveen, Ouder-Amstel, Uithoorn, Aalsmeer
	Gemeente Haarlemmermeer	Haarlemmermeer
	Gemeente Haarlem	Haarlem
	Zuid-Kennemerland	Zandvoort, Bloemendaal, Heemstede, Bennebroek

Tabel 2.1: Herkomstgebieden onderzoeksgebied

Afbeelding 2.1: De 30 aankoopregio's in het onderzoeksgebied





2.2 Aanbodanalyse

Voor de analyse van het winkelaanbod in het onderzoeksgebied hebben wij gebruik gemaakt van Locatus-gegevens. Ter controle hebben wij de aanbodgegevens naar de betreffende opdrachtgevers gestuurd. Op basis van de gecontroleerde winkeloverzichten is onder andere de aanbodanalyse gemaakt.

Bij de aanbodanalyse moet worden opgemerkt dat in het voorgaande onderzoek DIS-bestanden zijn gebruikt om het winkelaanbod in de provincie Zuid-Holland in beeld te brengen. Deze DIS-bestanden waren minder fijnmazig dan de door ons gebruikte Locatus-gegevens. Sterke toename van het winkelaanbod sinds 1999 en 2004 kan dus voor een deel worden toegeschreven aan het gebruik van verschillende bronbestanden.

2.3 Branchering

In de aanbodbeschrijving en vergelijking met 1994 en 1999 op regionaal niveau, wordt het winkelaanbod onderverdeeld naar de dagelijkse (voedings- en genotmiddelen, artikelen voor persoonlijke verzorging) en niet-dagelijkse artikelen.

Voor de belangrijkste winkelgebieden in het onderzoeksgebied wordt de branchering naar 16 hoofdbranches uitgesplitst. Het betreft bij deze gebieden de belangrijkste binnensteden, (stadsdeel)centra en perifere concentraties in de provincies. Bij de winkelgebieden uit Zuid-Holland wordt een vergelijking gemaakt met 1994 en 1999. Hierbij is de oude branche-indeling van het Detailhandels Informatiesysteem (DIS) bestand die in 1994 en 1999 gehanteerd werd, omgerekend naar de huidige branche-indeling. De winkelgebieden uit Utrecht en Noord-Holland Zuid vallen voor het eerst onder het onderzoeksgebied en worden hierom niet met voorgaande jaren vergeleken.



2.4 Vraaganalyse

2.4.1 Steekproeftrekking

Onderzoekspopulatie

De onderzoekspopulatie van het Koopstromenonderzoek (KSO) is gedefinieerd als 'Consumenten in Nederland'.

Formules steekproefomvang

Bij het berekenen van de steekproefomvang is uitgegaan van een enkelvoudig aselechte steekproeftrekking per stratum. Voor de bepaling van de steekproefomvang is gebruik gemaakt van de volgende formule:

$$n = \frac{z_{\alpha} p(1-p)}{\varepsilon^2}$$

Bij een betrouwbaarheid van 95% is de z-waarde 1,96 en bedraagt de steekproefomvang 385 respondenten. Bij een betrouwbaarheid van 85% is de z-waarde 1,45 en bedraagt de steekproefomvang 210 respondenten. Met deze aantallen is er respectievelijk 95% en 85% zekerheid dat de gemeten koopkrachtbinding met een nauwkeurigheid van 5% wordt gemeten.

Randvoorwaarden

Voor de steekproefomvang gelden verder de volgende randvoorwaarden:

- de steekproef dient een representatieve afspiegeling te zijn van de bevolking van de in het onderzoek te onderscheiden gebieden;
- bij het proces van optimaliseren van de steekproefomvang is rekening gehouden met het aantal aankoopplaatsen in het betreffende (herkomst)gebied en de wens minimaal 95% zekerheid met niet meer dan 5% afwijking te hebben over de gegevens per herkomstgebied en minimaal 85% over de koopstroomgegevens per te onderscheiden aankoopplaats (de zogenaamde 95-85 variant);
- het optimaliseren van het proces van steekproeftrekking heeft als resultaat dat er voldoende waarnemingen worden gedaan om zowel over de herkomstgebieden als aankoopplaatsen representatieve, betrouwbare en nauwkeurige gegevens te verschaffen.

2.4.2 Steekproefomvang

Voor de totale steekproefomvang zijn er drie onderscheiden eisen:

1. Representatieve afspiegeling van de bevolking per herkomstgebied
2. Rekening houden met het aantal aankoopplaatsen per herkomstgebied
3. Additionele wensen ten behoeve van verdiepingen

Als uitgangspunt voor de berekeningen geldt een betrouwbaarheidsniveau van 95% voor de herkomstgebieden en 85% voor de aankoopplaatsen.

Steekproefomvang onderzoeksgebied

De eerste en tweede eis hebben betrekking op de steekproefomvang van het onderzoeksgebied in het reguliere onderzoek zonder verdiepingen. Deze eisen zijn te vertalen in normen die bepalend zijn voor de grootte van de steekproef.

Representatieve afspiegeling van de bevolking per herkomstgebied

Het onderzoeksgebied bestaat uit 30 herkomstgebieden. Bij een betrouwbaarheidsniveau van 95% gaat het om $30 \cdot 385 = 11.550$ respondenten. Om een goede spreiding in een gebied te verkrijgen is uitgegaan van vast aandeel te behalen respondenten per postcodegebied in een gebied. Op deze manier wordt een goede geografische spreiding naar postcodegebieden verzekerd. In totaal bevat het onderzoeksgebied 909 postcodes. Uitgaande van een betrouwbaarheidsniveau van 95% per onderzoeksgebied betekent dit dat gemiddeld 12,7 ($11.550/909$) respondenten per postcode gewenst zijn.

Rekening houden met het aantal aankoopplaatsen per herkomstgebied

Rekening houden met het aantal aankoopplaatsen per herkomstgebied betekent dat de steekproefomvang toeneemt met het aantal aankoopplaatsen. Als randvoorwaarde geldt dat de koopstroomgegevens met minimaal 85% zekerheid gemeten moeten worden. Dit houdt in dat het onderzoek minimaal 210 enquêtes per aankoopplaats moet bevatten.

Worden bovenstaande eisen vertaald naar normen per herkomstgebied dan zijn de volgende normen bepalend voor de steekproefomvang:

- norm 1: minimaal 385 respondenten per herkomstgebied (95% betrouwbaarheid)
- norm 2: minimaal 12,7 respondenten per postcodegebied (95 % betrouwbaarheid)
- norm 3: minimaal 210 respondenten per aankoopplaats (85% betrouwbaarheid)

2.4.3 Weging

De kern van steekproeftrekking bestaat uit het principe van gelijke aantallen per herkomstgebied/bestemmingsgebied met een goede spreiding binnen de gebieden. Met deze aanpak zijn betrouwbare uitspraken te doen op gebiedsniveau. Wanneer we echter uitspraken willen doen voor de hele provincie of naar persoonskenmerken (bijvoorbeeld leeftijd) is een weging noodzakelijk. Uitspraken over absolute grootheden als omzet in een gebied, vergt bovendien een ophoging.

Voor de wegingsmethodiek is dezelfde techniek gebruikt als in voorgaand onderzoek. De gemiddelde weegfactor is 1.00 en deze weegfactor corrigeert voor verschillen in bevolkingsomvang tussen de gebieden. Omdat we binnen een gebied per viercijferige postcode trekken naar rato van het aantal huishoudens varieert de wegingsfactor niet binnen een gebied maar wel tussen gebieden.



Ophoging vindt ten slotte plaats door uit te gaan van het absolute aantal inwoners per gebied waarbij de weegfactor weer wordt vermenigvuldigd met het aantal inwoners.

Het voordeel van de splitsing van weging en ophoging is vooral van methodologisch technische aard. De gewogen resultaten (bijvoorbeeld de koopkrachtbinding per provincie) zijn zuiver (unbiased) en statistische toetsing (T-toets) is mogelijk. Met de opgehoogde resultaten vinden we de absolute grootheden.

2.4.4 'Yesterday-methode'

In de telefonische enquête is er voor gekozen de aankoopplaatsen per artikelgroep in beeld te brengen via de zgn. 'yesterday-methode'. Aan de consument wordt niet zoals in 1994 en 1999 gevraagd waar hij/zij meestal en af en toe een bepaald artikel koopt (of waar hij/zij het meeste geld uitgeeft), maar waar hij/zij de laatste keer en de één na laatste keer het artikel heeft gekocht. De reden voor het hanteren van de yesterday-methode is dat met deze methode het koopgedrag veel zuiverder (meer valide) wordt gemeten: kleine aankoopplaatsen worden niet bevoordeeld of benadeeld ten opzichte van grote aankoopplaatsen. De methode doet op deze manier volledig recht aan de dynamiek in het winkelgedrag waarbij voor sommige branches sprake is van een diffuus patroon: zo is bijvoorbeeld het aankooppatroon van kleding in toenemende mate diffuus en beperken de kledingaankopen zich bij de meeste consumenten allang niet meer tot twee aankoopplaatsen (meestal en af en toe). Een inwoner van Woerden koopt bijvoorbeeld kleding in de eigen woonplaats, Den Haag, Zoetermeer, Utrecht, Rotterdam en tijdens een weekendje weg in Maastricht of Groningen, of bestelt de kleding bij de Wehkamp. Met de yesterday-methode wordt dit gedrag op de juiste manier in kaart gebracht.

Een valide koopstromenonderzoek biedt de garantie dat *winkelcentra* een (naar omzet) gelijke kans moeten hebben om in de resultaten terecht te komen. Of vanuit de *consument* geredeneerd: een koopstromenonderzoek moet een goed beeld geven van het aankoopgedrag van de consument. Wanneer de trend zo is dat consumentengedrag steeds diffuser wordt, wordt dit met een yesterday-methode precies goed gemeten: een meting naar het 'normale' gedrag is dan niet meer valide omdat er zo weinig normaal gedrag overblijft.

2.5 Toevloeiing van buiten onderzoeksgebied

Voor het bepalen van de toevloeiing van buiten het onderzoeksgebied is gekozen om het Onderzoek Verplaatsingsgedrag (OVG) als externe bron te gebruiken. Het OVG bestaat uit een groot aantal respondenten die een dagboekje invullen waarin zij hun verplaatsingen noteren. Van elke verplaatsing wordt tevens het verplaatsingsmotief ingevuld. Een voor het koopstromenonderzoek relevant verplaatsingsmotief betreft winkelen en boodschappen doen. Voor toevloeiing op grote afstand geldt dat het hoofdzakelijk om winkelen gaat en niet om de aankoop van levensmiddelen. Met behulp van het OVG kan het jaarlijks aantal verplaatsingen van consumenten van buiten



het onderzoeksgebied voor het doen van aankopen in winkelcentra binnen het onderzoeksgebied worden berekend. Door aan de aantallen verplaatsingen aan de bestedingen te koppelen is de omvang van de toevloeiing in financiële zin bepaald.

2.6 Bestedingscijfers

Voor de bestedingscijfers in het onderzoek 'Koopstromen in Beeld' is onderscheid gemaakt naar bestedingen in de dagelijkse artikelensector en de niet-dagelijkse artikelensector. De Nederlander besteedt jaarlijks gemiddeld € 2.059,-¹ aan dagelijkse artikelen. Het gemiddeld besteed bedrag in de niet-dagelijkse artikelensector ligt hoger en bedraagt jaarlijks € 2.396,-. In vergelijking met het voorgaande onderzoek zijn de bestedingen licht gestegen. In 1999 bedroegen de bestedingscijfers voor de dagelijkse artikelen sector € 1.757,- (f 3.873,-) en € 2.196,- (f 4.840,-) voor de niet-dagelijkse artikelen sector.

2.7 Economisch functioneren

Door de uitkomsten van het consumentenonderzoek te combineren met de aanbodgegevens van winkelcentra, gemeenten en regio's, is het mogelijk uitspraken te doen over het economisch functioneren. De confrontatie van 'vraag' en 'aanbod', geeft aan hoe de winkels gemiddeld genomen functioneren. Een vergelijking met voorgaande metingen maakt duidelijk of het in een winkelcentrum of gemeente slechter, of juist beter gaat.

De analyse van het economisch functioneren beginnen wij met het vaststellen van het bestedingspotentieel van de individuele gemeenten. Dit doen we door het aantal inwoners in een gemeente te vermenigvuldigen met de gemiddelde detailhandelsbestedingen. In dit bestedingscijfer is rekening gehouden met het gemiddelde inkomensniveau in de gemeente. Door de berekende bestedingspotentiëlen van de gemeenten op te tellen, ontstaat het potentieel voor de regio.

De in het consumentenonderzoek gemeten koopkrachtbindingscijfers geven vervolgens aan welk deel van de bestedingen in de 'eigen' gemeente wordt uitgegeven en hoeveel er afvloeit naar aankoopplaatsen buiten de eigen gemeente of regio. Omgekeerd vloeien er ook bestedingen naar een gemeente toe, afkomstig van consumenten die woonachtig zijn buiten de eigen gemeente of regio. Door de gebonden bestedingen en de koopkrachttoevloeiing bij elkaar op te tellen, wordt de gerealiseerde omzet van individuele winkelgebieden, gemeenten en regio's vastgesteld.

¹ Bron: Hoofdbedrijfschap Detailhandel, publicatie 'Bestedingen en marktaandeelen', 2004



Deze omzetcijfers zeggen echter nog niets over het economisch functioneren. Winkelcentra met veel winkelaanbod zullen in de regel een hogere omzet behalen dan centra met een beperkt aanbod. Daarom zetten wij de gerealiseerde omzet af, tegen het winkelaanbod. De omzet wordt gedeeld door het aantal m² winkelvloeroppervlak (wvo)². Deze omzet/m² wvo (vloerproductiviteit) geeft tenslotte aan hoe de winkels in een winkelgebied, gemeente of regio gemiddeld genomen functioneren. Hierbij maken wij onderscheid naar de dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelensector.

² Winkelvloeroppervlak (wvo) is hetzelfde als verkoopvloeroppervlak (vvo), maar is geïntroduceerd om de verwarring met de in vastgoedkringen gebruikelijke term vrij verhuurbaar oppervlak (eveneens vvo) te voorkomen. Bruto verkoopoppervlak (bvo) is wvo plus serviceruimte (niet-verkoopruimte).

3 Detailhandelsaanbod

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt het winkelaanbod in de provincies Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Holland Zuid beschreven. Specifiek voor de provincie Zuid-Holland is een vergelijking gemaakt met de aanbodgegevens uit voorgaande onderzoeken.

Bij de vergelijkingen met voorgaand onderzoek blijkt het winkelaanbod in Zuid-Holland zeer sterk te zijn toegenomen. Verklaring voor deze toename is voor een belangrijk deel toe te schrijven aan de herkomst van de aanbodgegevens. In 1999 is gebruik gemaakt van DIS-bestanden. Deze waren minder fijnmazig dan de Locatusgegevens die voor dit onderzoek zijn geraadpleegd.

3.2 Aanbodanalyse

Provincie Zuid-Holland

Het winkelaanbod in de provincie Zuid-Holland heeft een omvang van circa 4,65 miljoen m² wvo. Daarmee is Zuid-Holland de provincie in Nederland met het meeste winkelaanbod. Van dit aanbod behoort 21% tot de dagelijkse artikelensector en 79 % tot de niet-dagelijkse artikelensector. In vergelijking met 5 jaar geleden is de totale omvang van het winkelaanbod met circa 850.000 m² gegroeid. Het aantal winkels is in de tussenliggende periode vrijwel gelijk gebleven. Telde de provincie Zuid-Holland in 1999 nog circa 22.500 winkelunits, in 2004 is dit aantal licht afgenomen tot circa 22.200.

Binnen de provincie zijn grote verschillen in de omvang van het winkelaanbod per regio. Net zoals vijf jaar geleden zijn de regio's Den Haag/Wassenaar en Rotterdam e.o. de meeste winkelometers aanwezig. Goeree-Overflakkee is de regio met de minste winkelometers.



Tabel 3.1: Omvang winkelaanbod Zuid-Holland per regio

Regio's	Dagelijkse artikelensector			Niet-dagelijkse artikelen- sector			Eindtotaal		
	Aantal winkels	m ² wvo	% wvo	Aantal winkels	m ² wvo	% wvo	Aantal winkels	m ² wvo	% wvo
Alblasserwaard	187	30.908	3%	571	151.547	4%	758	182.455	4%
Alphen aan den Rijn	206	34.644	4%	527	162.582	3%	733	197.226	4%
Bollenstreek	293	50.793	5%	784	189.463	5%	1.077	240.256	5%
Delft/Westland	471	82.079	8%	1.138	306.043	7%	1.609	388.122	8%
Den Haag/Wassenaar	1.195	143.104	15%	2.717	484.330	17%	3.912	627.434	13%
Drechtsteden	470	83.690	8%	1.312	327.263	8%	1.782	410.953	9%
Goeree-Overflakkee	97	16.460	2%	257	63.159	2%	354	79.619	2%
Hoekse Waard	141	24.958	3%	377	109.745	2%	518	134.703	3%
Leiden e.o.	379	56.342	6%	1.035	240.535	7%	1.414	296.877	6%
Midden-Holland	384	61.920	6%	1.081	234.324	7%	1.465	296.244	6%
Ridderkerk e.o.	247	47.787	5%	590	208.512	4%	837	256.299	5%
Rotterdam e.o.	1.391	181.009	18%	3.009	656.286	19%	4.400	837.295	18%
Schiedam/Vlaardingen	361	56.317	6%	868	181.032	6%	1.229	237.349	5%
Voorne-Putten	235	45.107	5%	596	129.344	4%	831	174.451	4%
Zoetermeer/Rijswijk	377	71.557	7%	916	230.110	6%	1.293	301.667	6%
Zuid-Holland totaal	6.434	986.675	100%	15.778	3.674.275	100%	22.212	4.660.950	100%

In tabel 3.2 is de toe- en afname van het winkelaanbod sinds 1999 per individuele regio en voor de provincie Zuid-Holland opgenomen. Uit de gegevens is duidelijk de tendens van schaalvergroting waar te nemen. Zo is het winkelaanbod in de dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector respectievelijk met 15% en 25% toegenomen. Het aantal winkels is daarentegen in de dagelijkse artikelensector met 10% afgenomen, en in de niet-dagelijkse artikelensector licht gestegen (+ 3%).

Tabel 3.2: Wijzigingen* aanbod provincie Zuid-Holland 1999–2004

Regio's	Dagelijkse artikelen sector		Niet-dagelijkse artikelen sector		Totaal	
	Aantal winkels	m ² wvo	Aantal winkels	m ² wvo	Aantal winkels	m ² wvo
Alblasserwaard	85	112	105	121	99	119
Alphen a/d Rijn e.o.	82	113	104	124	97	122
Bollenstreek	90	120	102	144	98	138
Delft/Westland	96	127	112	140	107	137
Den Haag/Wassenaar	91	112	104	123	100	120
Drechtsteden	94	123	110	129	105	128
Goeree-Overflakkee	100	123	104	128	103	127
Hoekse Waard	96	119	100	142	99	137
Leiden e.o.	87	119	98	126	95	125
Midden Holland	88	105	99	116	96	114
Ridderkerk e.o.	87	116	106	135	100	131
Rotterdam e.o.	90	114	102	120	98	118
Schiedam/Vlaardingen	81	103	95	121	91	116
Voorne Putten	91	116	104	132	100	128
Zoetermeer/Rijswijk	86	112	102	107	97	108
Zuid-Holland totaal	90	115	103	125	99	123

* 1999 = 100

*Wijzigingen dagelijks detailhandelaanbod*

Verhoudingsgewijs is in de regio Delft/Westland de groei van het aantal *winkelmeters* in de dagelijkse artikelensector het grootst (+ 27%). Regio's waar zich een vergelijkbare groei heeft voorgedaan, zijn Drechtsteden (+ 23%) en Goeree-Overflakkee (+ 23%). In de regio's Schiedam/Vlaardingen en Midden-Holland is de toename van het dagelijkse winkelaanbod het kleinst.

In absolute zin is het aantal winkelmeters in de dagelijkse artikelensector in de regio Schiedam/Vlaardingen het sterkst toegenomen, met circa 22.500 m² wvo. Het aantal dagelijkse winkelmeters in Voorne-Putten is met circa 2.000 m² wvo het minst toegenomen. In geen van de regio's is de afgelopen vijf jaar het aantal winkelmeters in de dagelijkse artikelensector afgenomen.

Het *aantal verkooppunten* in de dagelijkse artikelensector is verhoudingsgewijs in alle regio's afgenomen, met uitzondering van de regio Goeree-Overflakkee. De afname is het sterkst in de regio Alphen a/d Rijn e.o. (- 18%). In de regio Goeree-Overflakkee is het aantal verkooppunten gelijk gebleven. De regio Leiden e.o. heeft in absolute zin de kleinste afname van het aantal verkooppunten in de dagelijkse artikelensector. Hier zijn sinds 1999 slechts 6 verkooppunten minder waargenomen. De sterkste daling van het aantal verkooppunten is waargenomen in de regio Schiedam/Vlaardingen. Sinds 1999 is het aantal verkooppunten daar met 149 gedaald.

Veranderingen in het supermarktaanbod in Zuid-Holland

Het supermarktaanbod in Zuid-Holland is ten opzichte van 1999 gestegen met ruim 56.000 m² winkelvloeroppervlak. Zoals tabel 3.3 laat zien werd deze toename voor het grootste gedeelte in de centrumgebieden gerealiseerd.

Tabel 3.3: Ontwikkeling supermarktaanbod 1999 - 2004

	1999		2004			toename/afname		
	Aantal supermarkten	Aantal m ² wvo	Aantal supermarkten	Aantal m ² wvo	wvo per supermarkt	Aantal m ² wvo	wvo per supermarkt	
Binnenstad	24	11.958	498	24	20.229	843	0	8.271
Kernverzorgend winkelgebied	141	86.043	610	142	116.153	818	1	30.110
Hoofdwinkelgebied	58	51.223	883	50	63.408	1.268	-8	12.185
Totaal centraal	223	149.224	669	216	199.790	925	-7	50.566
Stadsdeelcentrum	85	58.636	690	84	69.111	823	-1	10.475
Wijkcentrum groot	85	60.275	709	77	73.688	957	-8	13.413
Wijkcentrum klein	147	92.810	631	119	95.437	802	-28	2.627
Buurtcentrum	100	53.205	532	68	48.913	719	-32	-4.292
Grootschalige concentratie	4	7.440	1860	4	6.296	1.574	0	-1.144
Overig	414	130.412	315	211	114.995	545	-203	-15.417
Totaal niet-centraal	835	402.778	482	563	408.440	725	-272	5.662
Totaal	1058	552.002	522	779	608.230	781	-279	56.228



De gemiddelde omvang van de supermarkten in Zuid-Holland is gestegen van 522 m² wvo in 1999 tot 781 m² wvo in 2004. Deze schaalvergroting deed zich zowel voor in de centrumgebieden als in de niet-centrumgebieden, alleen is de oorzaak van de schaalvergroting voor de beide gebieden verschillend.

In de centrumgebieden werd de schaalvergroting met name veroorzaakt door uitbreidingen van bestaande supermarkten. Het aantal supermarkten in de centrumgebieden is dan ook nagenoeg gelijk gebleven. De forse schaalvergroting buiten de centrumgebieden werd vooral veroorzaakt door het verdwijnen van een groot aantal kleinschalige supermarkten (<300 m² wvo). In 1999 waren er nog 388 van deze kleine supermarkten in 2004 waren dit er nog maar 143. Tabel 3.3 laat zien dat de buurtcentra en kleinere wijkcentra de grootste afname van het aantal supermarkten te verwerken hebben gekregen. De grotere wijkcentra en stadsdeelcentra zijn nauwelijks met een dergelijke afname geconfronteerd en hier is door uitbreidingen juist een toename van het supermarktoppervlak gerealiseerd.

Wijzigingen niet-dagelijkse artikelensector

Zoals uit tabel 3.2 blijkt is in de afgelopen vijf jaar het winkelaanbod in de regio Bollestreek verhoudingsgewijs het sterkst gestegen (+ 44%). Delft/Westland (+ 40%) en Hoekse Waard (+ 42%) zijn 2 regio's waar de toename van het aantal winkelmeters vergelijkbaar groot was. In de regio Zoetermeer/Rijswijk (+ 7%) was de toename relatief het kleinst.

De relatieve toename van het aantal verkooppunten is in de hele provincie Zuid-Holland beperkt gebleven. De sterkste toename is waargenomen in de regio's Delft/Westland (+ 12%) en Drechtsteden (+ 10%). Waar de meeste regio's een groei vertonen van het aantal verkooppunten, is in een drietal regio's sprake van een daling. Het betreft Schiedam/Vlaardingen, Leiden e.o. en Midden-Holland.

Het absolute aantal winkelmeters is het sterkst gegroeid in de regio's Den Haag/ Wassenaar (91.000 m² wvo, *winkelvloeroppervlak*), Rotterdam e.o. (107.000 m² wvo) en Delft/Westland (87.000 m² wvo). Regio's Zoetermeer/Rijswijk (14.000 m² wvo) en Goeree-Overflakkee (14.000 m² wvo) kende de minste absolute groei van het winkeloppervlak in de niet-dagelijkse artikelensector.

Provincie Utrecht

In de provincie Utrecht is circa 1,6 miljoen m² winkeloppervlak aanwezig. Hiervan behoort 25% tot de dagelijkse artikelensector, en 75% tot de niet-dagelijkse artikelensector. In stadsgewest Utrecht Noord is het meeste winkelaanbod gevestigd. Tot dit stadsgewest behoort de gemeente Utrecht.

(Vergelijkingen met 1999 blijven vanzelfsprekend achterwege, aangezien alleen Zuid-Holland in dat jaar een koopstromenonderzoek deed).



Tabel 3.4: Omvang winkelaanbod Utrecht per regio in 2004

Regio's	Dagelijkse artikelensector			Niet-dagelijkse artikelen- sector			Eindtotaal		
	Aantal	m ² vvo	% vvo	Aantal	m ² vvo	% vvo	Aantal	m ² vvo	% vvo
	winkels			winkels			winkels		
Eemland noordwest	156	27.106	8%	461	110.691	9%	617	137.797	9%
Eemland zuidoost	259	50.074	15%	787	221.639	17%	1.046	271.713	17%
SG Utrecht noord	676	99.371	31%	1.701	420.195	33%	2.377	519.566	32%
SG Utrecht oost	181	31.140	10%	443	87.171	7%	624	118.311	7%
SG Utrecht zuid	188	38.937	12%	457	128.110	10%	645	167.047	10%
Utrecht Noordwest	121	17.305	5%	250	55.948	4%	371	73.253	5%
Utrecht Zuid west	141	22.352	7%	398	107.550	8%	539	129.902	8%
Utrecht Zuid-Oost	219	39.272	12%	665	159.427	12%	884	198.699	12%
Provincie Utrecht totaal	1.941	325.557	100%	5.162	1.290.731	100%	7.103	1.616.288	100%

Noord-Holland Zuid

In de deelnemende regio's in Noord-Holland Zuid is 1,3 miljoen m² winkeloppervlak aanwezig. Hiervan behoort 22% tot de dagelijkse artikelensector en 78% tot de niet-dagelijkse artikelensector. Het Gooi is de regio met het grootste aantal winkelmeters. In de regio Zuid-Kennemerland is de omvang van het winkelaanbod het kleinst.

Tabel 3.5: Omvang winkelaanbod Noord-Holland Zuid per regio

Regio's	Dagelijks artikelensector			Niet-dagelijkse artikelen- sector			Totaal		
	Aantal	m ² vvo	% vvo	Aantal	m ² vvo	% vvo	Aantal	m ² vvo	% vvo
	winkels			winkels			winkels		
Amstelland	230	39.502	14%	567	193.872	19%	797	233.374	18%
Amsterdam Zuid	443	44.465	16%	996	105.142	10%	1.439	149.607	12%
A'dam Zuidoost/Diemen	163	26.896	10%	273	160.068	16%	436	186.964	14%
Gemeente Haarlem	298	43.405	15%	1.009	153.941	15%	1.307	197.346	15%
gemeente Haarlemmermeer	183	38.163	14%	421	134.903	13%	604	173.066	13%
Gooi	435	68.363	24%	1.360	229.460	23%	1.795	297.823	23%
Zuid Kennemerland	145	19.510	7%	316	33.854	3%	461	53.364	4%
Noord-Holland Zuid totaal	1.897	280.304	100%	4.942	1.011.240	100%	6.839	1.291.544	100%

3.2.1 Schaalvergroting winkelaanbod

Schaalvergroting wordt vaak als belangrijke trend genoemd binnen de detailhandel. In tabel 3.5 is de verandering van het winkeloppervlak per verkooppunt voor de provincie Zuid-Holland weergegeven.

Op basis van de gegevens in tabel 3.6 kan geconcludeerd worden dat de gemiddelde winkelomvang in de provincie Zuid-Holland sinds 1999 met 24% (= 41 m² vvo) is toegenomen. De schaalvergroting is relatief gezien iets sterker in de dagelijkse artikelensector (28%) dan in de niet-dagelijkse artikelensector (21%).



Tabel 3.6: Schaalvergroting winkeloppervlak 1994-2004 provincie Zuid-Holland

	1994	1999	2004
Dagelijkse artikelensector	102 m ²	120 m ²	153 m ²
Niet-dagelijkse artikelen-sector	165 m ²	192 m ²	233 m ²
Totaal	144 m ²	169 m ²	210 m ²

In tabel 3.7 is de schaalvergroting per deelregio in Zuid-Holland opgenomen. Binnen de verschillende regio's zijn er duidelijke verschillen tussen de omvang van de verkooppunten en de schaalvergroting zoals die zich de afgelopen jaren heeft voorgedaan. Bijvoorbeeld: in de regio's met het grootste winkelaanbod (Den Haag/Wassenaar en Rotterdam e.o.) zijn de winkelunits gemiddeld het kleinst. De gemiddeld grootste winkelunits bevinden zich in de regio Ridderkerk e.o. (306 m²/wvo/vkp).

Tabel 3.7: Schaalvergroting winkelaanbod per verkooppunt 1999-2004

Regio's	Dagelijkse artikelensector			Niet-dagelijkse artikelen-sector			Totaal		
	m ² / vkp	Toena-	Toena-	m ² / vkp	Toena-	Toena-	m ² / vkp	Toena-	Toena-
		me m ²	me %		me m ²	me %		me m ²	me %
		wvo	wvo		wvo	wvo		wvo	wvo
Alblasserwaard	165	39	31%	265	36	16%	241	41	20%
Alphen aan den Rijn	168	47	38%	309	48	19%	269	55	26%
Bollenstreek	173	43	33%	242	71	41%	223	64	41%
Delft/Westland	174	42	32%	269	53	25%	241	53	28%
Den Haag/Wassenaar	120	22	23%	178	28	18%	160	27	21%
Drechtsteden	178	43	32%	249	37	17%	231	41	22%
Goeree-Overflakkee	170	31	23%	246	46	23%	225	42	23%
Hoekse Waard	177	34	24%	291	86	42%	260	72	38%
Leiden e.o.	149	39	36%	232	52	29%	210	50	31%
Midden-Holland	161	27	20%	217	33	18%	202	32	19%
Ridderkerk e.o.	193	48	33%	353	75	27%	306	73	31%
Rotterdam e.o.	130	27	26%	218	33	18%	190	33	21%
Schiedam/Vlaardingen	156	33	27%	209	44	26%	193	42	28%
Voorne-Putten	192	41	27%	217	46	27%	210	45	28%
Zoetermeer/Rijswijk	190	43	30%	251	11	5%	233	24	11%
Totaal	153	34	28%	233	41	21%	210	41	24%

De sterkste procentuele toename in de dagelijkse artikelensector heeft zich voorgedaan in de regio Alphen aan den Rijn (+ 38%), de kleinste toename in de regio Midden-Holland (+ 20%). De absolute toename van het winkeloppervlak per verkooppunt is het sterkst in de regio Ridderkerk e.o.; sinds 1999 zijn daar de winkelunits met gemiddeld 48 m² toegenomen. De geringste schaalvergroting is waargenomen in de regio Den Haag/Wassenaar (+ 22 m² wvo).

In de niet-dagelijkse artikelensector is in de regio Hoekse Waard procentueel de schaalvergroting het grootst (42%). Zeer gering is de procentuele toename in de regio Zoetermeer/Rijswijk, slechts 5%. De absolute toename van het winkeloppervlak per verkooppunt is eveneens het sterkst in de regio Hoekse Waard; sinds 1999 zijn de winkelunits daar met gemiddeld 86 m² wvo toegenomen. De geringste schaalvergroting is waargenomen in de regio Zoetermeer/Rijswijk (+ 11 m² wvo)



4 Consumentengedrag

4.1.1 Koopstromen onderzoeksgebied

Per provincie is een overzicht opgenomen van de koopstromen tussen de regio's, waarbij onderscheid is gemaakt naar de dagelijkse en de niet-dagelijkse artikelensector. Nieuw in dit onderzoek zijn de koopstromen die specifiek voor de woonboulevards in beeld zijn gebracht. De koopstroomgegevens in deze tabellen zijn een verbijzondering van de niet-dagelijkse koopstromen voor een aantal specifieke woninginrichtingsbranches

Voor de provincie Zuid-Holland is een vergelijking voor de dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelensector gemaakt met de vorige onderzoeken.

Leeswijzer tabellen hoofdstuk 4

In dit hoofdstuk zijn tabellen opgenomen met daarin de koopstromen tussen de verschillende regio's. Op de x-as (horizontaal) zijn de herkomstgebieden benoemd. Op de y-as (verticaal) zijn de aankoopregio's/bestemmingen benoemd. Uit de tabel is af te lezen in welke mate de bestedingen van de inwoners van een regio terecht komt (koopkrachtbinding) in de diverse regio's.

Voorbeeld. Uit tabel 4.1 is af te leiden dat 90,5 % van de dagelijkse bestedingen van de inwoners uit de regio Den Haag/Wassenaar in de eigen regio worden gedaan.

4.1.2 Koopstromen provincie Zuid-Holland

<zie volgende pagina's>



Tabel 4.1: Koopstromen regio's Zuid-Holland, dagelijkse artikelensector in % (1994-2004)

0 = < 0,5%

Herkomstgebieden

Aankoopregio's	Den Haag/Wassenaar			Zoetermeer/Rijswijk			Delft/Westland			Midden Holland			Schiedam/Vlaardingen			Rotterdam e.o.			Ridderkerk e.o.			Drechtsteden			
	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	
Den Haag/Wassenaar	92	97	90,5	5	2	5,4	1	1	1,9	0	0	0,2	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,1	
Zoetermeer/Rijswijk	5	2	5,9	90	95	89,0	3	1	1,4	1	0	0,4	0	-	0,1	0	0	0,0	0	-	0,3	-	0	0,1	
Delft/Westland	1	1	2,2	2	2	2,6	89	96	92,7	0	0	0,1	1	0	0,7	0	0	0,8	0	0	0,1	1	0	0,0	
Midden Holland	0	-	0,1	0	0	0,1	0	0	0,0	89	97	91,9	0	0	0,0	0	0	0,1	1	1	0,3	0	0	0,0	
Schiedam/Vlaardingen	0	0	0,0	0	-	0,0	4	2	1,8	-	0	0	93	98	93,9	1	0	0,4	0	0	0,1	0	-	0,0	
Rotterdam e.o.	0	0	0,2	0	0	0,5	1	1	1,0	2	0	1,3	4	2	3,9	94	97	94,5	12	5	7,9	1	0	0,1	
Ridderkerk e.o.	0	0	-	-	-	0,1	0	-	0,0	3	1	2,9	0	-	0,2	2	2	2,9	84	92	88,8	1	1	1,1	
Drechtsteden	0	0	0,0	0	-	0	0	-	0,0	0	-	0,0	0	-	0,0	0	0	0,1	2	1	0,7	96	98	97,3	
Alblasserwaard	-	-	-	-	0	-	-	-	0,0	0	0	0	0	-	0,0	-	-	0,0	-	-	0	0	0	0,4	
Voorne Putten	0	-	0,0	0	-	0	0	0	0,0	0	-	0,0	1	0	0,3	0	0	0,1	0	-	0,8	0	-	0,1	
Hoekse Waard	0	-	0,0	0	-	0	0	-	0,0	-	-	0	-	-	0,1	0	0	0,1	0	0	0,2	-	0	0,4	
Goeree Overflakkee	0	-	0	0	-	0	0	-	0,0	0	-	0	0	0	0,0	0	-	0,1	0	-	0,0	0	0	0	
Alphen a/d Rijn e.o.	0	-	0,0	1	0	0	1	0	0,0	2	1	1,4	0	-	0	0	0	0,0	1	0	0,0	1	-	0,0	
Bollenstreek	0	0	0,1	0	0	0	-	-	0	-	0	0,0	0	-	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-	
Leiden e.o.	0	0	0,2	1	1	0,5	0	0	0,0	0	0	0,0	0	-	0	0	0,0	0	0	0,0	0	-	-	-	
Gooi									0,0																
Amsterdam zuid-oost/Diemen									0,0																
gemeente Haarlemmermeer			0,0						0,1			0,0			0,1			0,0			0,0				
gemeente Haarlem									0,0			0,0						0,0							
Amsterdam zuid			0,1			0,1			0,0			0,0						0,0			0,0				
Amstelland			0,0			0,0			0,0			0,0						0,0			0,0				
Zuid Kennemerland			0,0			0,0			0,0			0,0						0,0			0,0				
Utrecht noordwest									0,0			0,0						0,0							0,0
Utrecht zuidwest									0,0			0,6						0,0							
Utrecht zuidoost									0,0			0,0						0,0							0,0
Eemland zuidoost			0,0			0,0			0,0			0,0						0,0							0,1
Eemland noordwest									0,0			0,0						0,0							
SG Utrecht oost			0,0			0,0			0,0			0,0						0,0							0,0
SG Utrecht zuid									0,0			0,0						0,0							0,0
SG Utrecht noord			0,0			0,1			0,0			0,1			0,0			0,0							0,0
Elders	1	0	0,6	0	1	1,7	1	0	0,8	2	0	1,0	0	0	0,5	1	0	0,8	1	0	0,6	1	0	0,3	
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



Vervolg tabel koopstromen dagelijkse artikelen regio's Zuid Holland

0 = < 0,5%

Herkomstgebieden

Aankoopregio's	Alblasserwaard			Voorne Putten			Hoekse Waard			Goeree Overflakkee			Alphen a/d Rijn e.o.			Bollenstreek			Leiden e.o.		
	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004
Den Haag/Wassenaar	0	0	0,0	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,0	1	0	0,2	1	0	0,5	1	0	0,9
Zoetermeer/Rijswijk	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,2	0	0	0,0	0	0	1,0	0	0	0,1	2	0	0,7
Delft/Westland	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,2	0	0	0,0	0	0	0,1
Midden Holland	1	0	0,2	0	0	0,0	0	0	0,1	0	0	0,2	2	2	1,5	0	0	0,2	0	0	0,1
Schiedam/Vlaardingen	0	0	0,0	1	0	0,2	0	0	0,0	1	0	0,3	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Rotterdam e.o.	0	0	0,0	4	1	4,2	4	0	1,2	1	0	0,9	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,1
Ridderkerk e.o.	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,3	0	0	0,4	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Drechtsteden	3	2	3,5	0	0	0,1	1	0	1,1	1	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Alblasserwaard	85	96	93,3	0	0	0,0	0	0	0,5	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Voorne Putten	0	0	0,0	94	98	93,8	1	0	0,0	1	1	2,6	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Hoekse Waard	0	0	0,0	0	0	0,0	92	99	95,1	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Goeree Overflakkee	0	0	0,0	0	0	0,5	0	0	0,0	95	91	92,6	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Alphen a/d Rijn e.o.	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	90	94	91,1	1	0	0,2	1	0	0,4
Bollenstreek	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,7	93	98	95,2	3	1	3,6
Leiden e.o.	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	3	2	2,3	3	1	1,4	91	97	92,7
Gooi	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,0
Amsterdam zuidoost/Diemen	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
gemeente Haarlemmermeer	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,5	0	0	0,8	0	0	0,0
gemeente Haarlem	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,2	0	0	0,0
Amsterdam zuid	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,0
Amstelland	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,7	0	0	0,1	0	0	0,0
Zuid Kennemerland	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Utrecht noordwest	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,5	0	0	0,0	0	0	0,0
Utrecht zuidwest	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,0
Utrecht zuidoost	0	0	0,0	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Eemland zuidoost	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Eemland noordwest	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
SG Utrecht oost	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
SG Utrecht zuid	0	0	1,3	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
SG Utrecht noord	0	0	0,2	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Elders	10	2	1,3	0	0	0,9	2	0	1,4	1	6	2,8	2	1	0,9	2	1	1,3	1	0	0,9
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Het beeld dat uit de tabellen naar voren komt is dat koopkrachtbindingscijfers in de dagelijkse artikelensector ten opzichte van 1999 in de meeste regio's licht zijn gedaald. Desondanks blijft de consument voor de dagelijkse boodschappen het sterkst georiënteerd op het winkelaanbod in de eigen regio. Wat daarbij opvalt is dat de bindingcijfers terug keren richting het niveau van 1994.

Tabel 4.2: Koopstromen regio's Zuid-Holland, niet-dagelijkse artikelensector in %
(1994 - 2004)

Aankoopregio's	Herkomstgebieden																							
	Den Haag/Wassenaar			Zoetermeer/Rijswijk			Delft/Westland			Midden Holland			Schiedam/Vlaardingen			Rotterdam e.o.			Ridderkerk e.o.			Drechtsteden		
	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004
Den Haag/Wassenaar	80	80	73,0	18	14	13,5	8	5	5,9	1	1	1,1	1	1	0,6	1	0	0,5	0	0	0,4	0	0	0,1
Zoetermeer/Rijswijk	10	12	13,3	68	71	72,3	14	9	10,9	2	2	1,6	1	0	0,6	0	0	0,2	0	0	0,0	0	0	0,1
Delft/Westland	2	2	5,3	5	4	5,0	63	69	66,3	1	1	0,8	3	3	4,5	2	2	2,2	1	1	0,8	0	0	0,1
Midden Holland	0	0	0,1	1	0	0,3	0	0	0,3	70	74	66,7	0	0	0,1	0	0	0,2	1	2	1,7	1	0	0,2
Schiedam/Vlaardingen	0	0	0,2	0	0	0,1	4	4	2,8	0	0	0,2	69	77	66,8	1	1	1,5	0	0	0,4	0	0	0,2
Rotterdam e.o.	1	1	1,7	1	3	2,2	7	9	7,8	12	10	13,3	20	14	18,9	87	90	84,8	39	33	33,0	10	9	9,0
Ridderkerk e.o.	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,3	4	4	4,8	0	1	1,0	3	3	4,8	51	58	56,4	1	1	2,5
Drechtsteden	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,1	1	0	0,3	0	0	0,3	0	0	0,3	3	3	2,5	83	84	80,0
Alblasserwaard	0					0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,1	1	1	0,8
Voorne Putten	0		0,0	0			0	0	0,1	0	0	0,0	2	2	2,5	2	1	0,6	0	0	0,2	0	0	0,1
Hoekse Waard	0		0,0	0			0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,2	0	0	0,3	0	0	0,6	0	0	0,5
Goeree Overflakkee	0		0,0	0	0		0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,3	0	0	0,1	0	0	0,1	0		0
Alphen a/d Rijn e.o.	1	0	0,1	1	2	0,2	1	0	0,1	4	3	2,5	1	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,1	1		0,0
Bollenstreek	0	0	0,3	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,1	0	-	0,0	0	0	0
Leiden e.o.	1	1	0,9	2	2	1,9	0	1	0,5	1	1	0,9	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,0
Gooi			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0
Amsterdam zuidoost/Diemen			0,1			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0
gemeente Haarlemmermeer			0,0			0,1			0,0			0,1			0,0			0,1			0,0			0,0
gemeente Haarlem			0,0			0,1			0,0			0,0			0,0			0,0			0,2			0,0
Amsterdam zuid			0,5			0,1			0,4			0,2			0,1			0,2			0,1			0,3
Amstelland			0,0			0,1			0,0			0,0			0,1			0,0			0,0			0,0
Zuid Kennemerland						0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0
Utrecht noordwest						0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0
Utrecht zuidwest			0,0			0,0			0,0			1,7			0,0			0,0			0,0			0,0
Utrecht zuidoost			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,1			0,1
Eemland zuidoost			0,0			0,0			0,0			0,0			0,1			0,0			0,0			0,0
Eemland noordwest			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0
SG Utrecht oost			0,1			0,1			0,0			0,1			0,0			0,0			0,0			0,0
SG Utrecht zuid						0,0			0,0			0,3			0,0			0,0			0,0			0,0
SG Utrecht noord			0,3			0,2			0,2			2,2			0,1			0,2			0,1			0,2
Elders	4	4	3,9	3	3	3,4	2	3	3,9	5	4	2,9	2	2	3,3	4	3	3,6	2	3	2,9	3	4	5,8
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



Vervolg tabel koopstromen niet-dagelijkse artikelen regio's Zuid Holland

Aankoopregio's	Herkomstgebieden																							
	Alblasserwaard			Voorne Putten			Hoekse Waard			Goeree Overflakkee			Alphen a/d Rijn e.o.			Bollenstreek			Leiden e.o.					
	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004	1994	1999	2004
Den Haag/Wassenaar	0	0	0,0	0	1	0,3	0	0	0,1	0	0	0,2	2	1	1,5	4	2	2,1	8	4	3,9			
Zoetermeer/Rijswijk	0	0	0,1	0	0	0,0	0	-	0,1	0	0	0,2	1	1	2,4	2	1	1,5	6	4	5,0			
Delft/Westland	1	0	0,0	1	1	0,7	1	0	0,3	0	0	0,2	1	0	0,7	0	0	0,7	1	1	2,1			
Midden Holland	2	1	0,7	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	3	2	2,0	0	0	0,4	0	0	0,4			
Schiedam/Vlaardingen	0	0	0,0	1	1	1,1	0	0	0,2	1	0	0,2	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0			
Rotterdam e.o.	4	3	3,5	24	20	18,9	28	18	16,0	15	9	7,5	1	1	1,5	0	0	0,6	0	1	0,9			
Ridderkerk e.o.	0	0	0,2	0	1	2,4	1	0	3,0	0	0	1,3	0	0	0,1	0	0	0,0	0	0	0,0			
Drechtsteden	8	7	12,6	1	0	0,4	5	2	4,0	1	1	0,3	0	0	0,2	0	0	0,0	0	0	0,0			
Alblasserwaard	61	72	68,2	-	-	0,0	0	-	0,2	-	-	-	0	-	-	0	0	-	0	0	0,0			
Voorne Putten	0	0	0	69	73	70,6	1	0	0,2	4	6	10,9	0	0	0,0	0	-	-	0	0	0,0			
Hoekse Waard	0	0	0,1	0	0	0,7	59	75	70,0	2	1	1,6	0	-	0,0	-	-	-	0	0	0,0			
Goeree Overflakkee	0	-	-	0	0	0,9	0	0	0,1	71	71	66,5	0	0	0,0	0	0	0,0	0	-	-			
Alphen a/d Rijn e.o.	0	0	0,0	0	0	0	0	-	0,1	0	0	0,0	71	78	69,2	1	1	0,7	2	6	1,1			
Bollenstreek	0	-	-	0	-	-	0	-	-	-	-	0,0	1	1	1,0	68	75	75,2	4	4	4,8			
Leiden e.o.	0	0	0,0	0	0	0,0	0	-	-	0	0	0	11	8	11,8	12	10	7,8	73	77	75,6			
Gooi			0,1									0,0			0,1			0,1			0,0			
Amsterdam zuid-oost/Diemen			0,1			0,0									0,7			0,8			0,3			
gemeente Haarlemmermeer			0,0			0,0						0,0			0,8			1,3			0,2			
gemeente Haarlem			0,0												0,5			3,0			0,2			
Amsterdam zuid			0,2			0,2			0,1			0,0			0,9			0,6			0,9			
Amstelland															1,5			0,5			0,1			
Zuid Kennemerland															0,1			0,5			0,0			
Utrecht noordwest															0,6			0,0			0,0			
Utrecht zuidwest			0,0			0,0									0,5			0,0			0,0			
Utrecht zuidoost			0,2			0,1			0,0			0,1			0,0			0,0			0,0			
Eemland zuidoost			0,1												0,2			0,0			0,0			
Eemland noordwest																					0,0			
SG Utrecht oost			0,1			0,0									0,0			0,1			0,0			
SG Utrecht zuid			2,2						0,0						0,0			0,1						
SG Utrecht noord			3,8			0,1			0,1			0,1			1,2			0,1			0,4			
Elders	24	17	7,8	2	3	3,4	3	3	5,4	5	10	10,7	8	8	2,4	11	10	3,5	5	4	3,8			
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100			

In de niet-dagelijkse artikelensector is het beeld vergelijkbaar met de dagelijkse artikelensector. De koopkrachtbindingcijfers zijn in vrijwel alle regio's gedaald, en bevinden zich op het niveau van 1994.



Tabel 4.3: Koopstromen regio's Zuid-Holland, woonboulevards in %

Aankoopregio's	Herkomstgebieden														
	Den Haag/Wassenaar	Zoetermeer/Rijswijk	Delft/Westland	Midden Holland	Schiedam/Vlaardingen	Rotterdam e.o.	Ridderkerk e.o.	Drechtsteden	Alblasserwaard	Voorne Putten	Hoekse Waard	Goeree Overflakkee	Alphen a/d Rijn e.o.	Bollenstreek	Leiden e.o.
Den Haag/Wassenaar	53,9	16,9	7,1	0,6	0,3	0,3	0,1			0,7		0,2	0,8	2,1	4,1
Zoetermeer/Rijswijk	6,6	38,8	4,4	1,5	0,2	0,2	0	0,2	0,1	0,1			1,9	0,6	2,4
Delft/Westland	18,6	14,6	57,5	4,4	12,6	10,3	3,4	0,3	0,1	2,3	0,6	1,1	3,0	3,6	12,5
Midden Holland	0,2	0,9	0,6	45,2	0,3	0,4	3,3	0,7	0,5	0,3	0,7	0,1	3,7	0,4	1,3
Schiedam/Vlaardingen	1,2	0,4	3,7	0,2	49,1	1,7	0,8	0,1	0,1	3,3	0,4	1,0			0
Rotterdam e.o.	3,3	4,7	11,4	15,5	19,6	56,9	33,7	8,4	4,1	21,5	10,7	3,7	1,4	1,0	1,4
Ridderkerk e.o.	0,3	0,6	0,9	7,4	3,6	14,5	39,5	4,6	0,3	11,0	14,4	6,9	0,1	0	
Drechtsteden	0	0,1	0,2	1,7	0,9	1,1	7,0	64,5	32,8	1,7	3,6	1,1	0,1		0,1
Alblasserwaard		0	0	0		0	0,2	1,1	35,9	0					
Voorne Putten	0		0,1		1,8	1,1	0,1	0,1		39,9	0,1	5,6			0
Hoekse Waard	0		0,3		0,6	0,9	2,2	2,0	0,1	2,6	52,2	1,7	0,1		
Goeree Overflakkee			0		0,1	0,1	0,1			1,6	0,3	38,4			
Alphen a/d Rijn e.o.	0,4	1,6	0,5	2,1	0,1	0,1	0,1	0,1					41,6	2,5	2,8
Bollenstreek	0,4	0,1	0,1				0						0,9	47,5	4,7
Leiden e.o.	3,2	10,1	2,4	2,9	0,7	0,3	0,3	0,1		0,1			26,8	16,8	60
Gooi	0,1	0,1	0,1	0,0									0,1	0,3	0,1
Amsterdam zuid-oost/Diemen	0,4	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1		0,1	0,6				4,2	4,3	1,6
gemeente Haarlemmermeer	0,0												0,9	5,0	0,1
gemeente Haarlem	0,0	0,1	0,0			0,0			0,2				0,3	2,2	0,2
Amsterdam zuid	0,4	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	0,0			0,2			0,8	0,5	0,3
Amstelland	0,1	0,1	0,0					0,1					1,2	0,6	0,2
Zuid Kennemerland				0,0									0,4	0,9	
Utrecht noordwest				0,1		0,0							0,8	0,1	0,1
Utrecht zuidwest			0,0	2,2	0,1	0,0							1,1		0,0
Utrecht zuidoost			0,0	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1		0,1				0,1	
Eemland zuidoost	0,0	0,0	0,1		0,2	0,0			0,1				0,1	0,2	
Eemland noordwest				0,0	0,3	0,0	0,0								0,0
SG Utrecht oost	0,1	0,2	0,0	0,4	0,1	0,0	0,1		0,2	0,2			0,1	0,2	0,0
SG Utrecht zuid			0,0	0,3		0,1	0,1		0,5				0,1	0,0	
SG Utrecht noord	0,4	0,5	0,3	5,6	0,1	0,1	0,3	0,1	4,7	0,0		0,2	3,2	0,2	1,1
Elders	10,2	9,7	9,8	9,6	9,0	11,5	8,5	17,5	19,8	14,4	16,9	39,9	6,6	10,7	6,8
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Voor de meubelaankopen is de consument voornamelijk gericht op het aanbod in de eigen regio. De bindingcijfers zijn hier niet zo hoog als in de dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelensector. De bindingpercentages in de Zuid-Hollandse regio's variëren voor de woonboulevards tussen 35 – 60%.

4.1.3 Koopstromen provincie Utrecht

Tabel 4.4: Koopstromen tussen regio's Utrecht, dagelijkse artikelensector in %

Aankoopregio's	Herkomstgebieden							
	Utrecht noordwest	Utrecht zuidwest	Utrecht zuidoost	Eemland zuidoost	Eemland noordwest	SG Utrecht oost	SG Utrecht zuid	SG Utrecht noord
Utrecht noordwest	82,7	0,9	0,4	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1
Utrecht zuidwest	0,7	89,2	0,2	0,0	0,1	0,0	0,1	0,3
Utrecht zuidoost	0,1	0,1	91,1	0,1	0,0	0,7	0,1	0,0
Eemland zuidoost	0,3	0,6	2,3	79,9	1,3	0,4	0,3	0,2
Eemland noordwest	0,0	0,0	0,1	0,5	91,0	0,3	0,0	0,0
SG Utrecht oost	0,0	0,0	1,6	0,2	2,3	94,3	0,3	1,6
SG Utrecht zuid	0,1	1,9	0,1	0,1	0,0	0,5	92,9	1,3
SG Utrecht noord	4,7	2,9	0,9	0,2	1,3	2,9	3,5	94,8
Den Haag/Wassenaar		0,0	0,0	0,1	0,0			0,0
Zoetermeer/Rijswijk		0,0					0,0	0,0
Delft/Westland		0,0	0,0	0,0	0,0			
Midden Holland		2,7			0,0	0,0		0,0
Schiedam/Vlaardingen						0,0		
Rotterdam e.o.	0,0	0,0	0,0	0,4		0,0		0,0
Ridderkerk e.o.		0,2			0,0			
Drechtsteden								0,0
Alblasserwaard				0,1			0,5	0,0
Voorne Putten				0,0		0,0		0,0
Hoekse Waard								
Goeree Overflakkee								0,0
Alphen a/d Rijn e.o.	0,0	0,1			0,0			0,0
Bollenstreek	0,0		0,0	0,0	0,0		0,0	0,0
Leiden e.o.	0,0			0,0	0,0			0,0
Gooi	3,8		0,0	0,1	3,1	0,0	0,1	0,2
Amsterdam zuidoost/Diemen	0,3	0,0			0,0	0,0	0,0	0,0
gemeente Haarlemmermeer	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0		0,1	0,1
gemeente Haarlem	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	
Amsterdam zuid	1,1	0,0		0,0	0,1	0,0	0,0	0,2
Amstelland	4,6	0,2		0,0	0,0	0,0		0,1
Zuid Kennemerland	0,0		0,0		0,0	0,0	0,0	
Elders	1,5	1,0	3,2	18,2	0,7	0,5	2,0	0,9
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100



Tabel 4.5: Koopstromen regio's Utrecht, niet-dagelijkse artikelensector in %

0 = < 0,5%

Herkomstgebieden

Aankoopregio's	Herkomstgebieden							
	Utrecht noordwest	Utrecht zuidwest	Utrecht zuidoost	Eemland zuidoost	Eemland noordwest	SG Utrecht oost	SG Utrecht zuid	SG Utrecht noord
Utrecht noordwest	45,2	0,8	0,4	0,0	0,2	0,0	0,3	0,1
Utrecht zuidwest	2,7	58,3	0,0	0,0	0,1	0,3	0,4	0,5
Utrecht zuidoost	0,2	0,3	70,2	1,8	0,5	2,1	0,6	0,2
Eemland zuidoost	0,4	0,7	2,6	69,8	13,7	1,5	0,5	0,5
Eemland noordwest	0,0	0,3	0,2	1,3	56,5	0,8	0,2	0,3
SG Utrecht oost	0,1	0,2	5,9	0,7	4,0	68,1	0,9	1,8
SG Utrecht zuid	0,2	6,1	0,6	0,3	0,2	1,4	59,9	2,2
SG Utrecht noord	13,6	17,9	7,1	4,4	4,4	19,5	28,1	86,6
Den Haag/Wassenaar	0,0	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
Zoetermeer/Rijswijk	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Delft/Westland	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1
Midden Holland	0,2	7,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Schiedam/Vlaardingen		0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rotterdam e.o.	0,3	1,4	0,4	0,3	0,2	0,4	0,5	0,4
Ridderkerk e.o.	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Drechtsteden	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0
Alblasserwaard	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,1
Voorne Putten	0,0				0,0	0,0	0,0	0,0
Hoekse Waard		0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	
Goeree Overflakkee			0,0	0,0	0,0	0,0		0,0
Alphen a/d Rijn e.o.	0,5	0,5	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0
Bollenstreek	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0
Leiden e.o.	0,1	0,3	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
Gooi	7,4	0,1	0,2	0,7	11,1	0,2	0,4	1,0
Amsterdam zuidoost/Diemen	5,2	0,2	0,0	0,5	0,7	0,1	0,2	0,3
gemeente Haarlemmermeer	0,7	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
gemeente Haarlem	0,5		0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1
Amsterdam zuid	5,5	0,8	0,4	0,5	1,2	0,5	0,5	1,3
Amstelland	13,3	0,5	0,1	0,0	0,2	0,1	0,0	0,1
Zuid Kennemerland	0,0	0,0		0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Elders	3,5	3,7	11,2	19,1	6,6	4,1	5,8	4,1
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100

Tabel 4.6: Koopstromen regio's in Utrecht, woonboulevards in %.

0 = < 0,5%

Aankoopregio's	Herkomstgebieden							
	Utrecht noordwest	Utrecht zuidwest	Utrecht zuidoost	Eemland zuidoost	Eemland noordwest	SG Utrecht oost	SG Utrecht zuid	SG Utrecht noord
Utrecht noordwest	26,2	1,2	0,4	0,0	0,1	0,1	0,1	0,4
Utrecht zuidwest	4,6	39,2	0,1	0,0	0,1	0,4	0,7	0,6
Utrecht zuidoost	0,4	0,2	45,4	2,0	0,6	3,5	0,4	0,3
Eemland zuidoost	0,5	0,8	2,9	43,8	16,5	3,7	1,2	1,6
Eemland noordwest	0,3	0,3	0,4	4,4	38,0	2,9	0,5	0,5
SG Utrecht oost	0,5	0,9	3,4	0,6	1,1	30,1	0,8	1,4
SG Utrecht zuid	0,5	2,0	0,6	0,3	0,4	1,6	19,4	1,7
SG Utrecht noord	19,0	32,3	14,9	15,3	13,3	41,5	57,7	78,7
Den Haag/Wassenaar	0,5		0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Zoetermeer/Rijswijk			0,2	0,1		0,0		
Delft/Westland		0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,4	
Midden Holland		0,5	5,3	0,1	0,2	0,0	0,1	0,1
Schiedam/Vlaardingen					0,0			0,1
Rotterdam e.o.	0,2	0,9	2,5	0,2	0,9	0,4	0,7	1,4
Ridderkerk e.o.		0,1	0,5		0,1	0,1		0,0
Drechtsteden		0,4	0,0		0,1	0,1	0,1	0,1
Alblasserwaard			0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	1,2
Voorne Putten								
Hoekse Waard								
Goeree Overflakkee					0,1			
Alphen a/d Rijn e.o.		0,8	0,7		0,1	0,1		
Bollenstreek	1,1		0,2		0,0	0,0		0,1
Leiden e.o.	1,4	0,4	1,2	0,1	0,1	0,1		0,1
Gooi	0,5	4,3	0,1	0,6	0,5	7,4	0,5	0,2
Amsterdam zuidoost/Diemen	9,3	13,7	0,7	0,1	2,9	3,4	0,6	0,7
gemeente Haarlemmermeer	14,7	1,2	0,1		0,1	0,0	0,0	
gemeente Haarlem	33,3	0,7		0,1	0,0			
Amsterdam zuid	3,4	5,6	0,1	0,3	0,8	0,7	0,4	0,3
Amstelland	1,2	9,7	0,5	0,1	0,0	0,2	0,3	0,0
Zuid Kennemerland	15,0	0,1	0,1		0,1		0,0	
Elders	29,9	27,3	17,1	12,6	14,5	10,7	29,9	27,3
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100

Koopstromen in de stad Utrecht

Voor de gehele provincie Utrecht is niet eerder een koopstromenonderzoek verricht. Daardoor is een vergelijking met 1999 niet mogelijk. Goudappel Coffeng heeft echter voor de stad Utrecht een 'Monitor kernwinkelapparaat' uitgevoerd in 2001. Het is interessant om de koopkrachtbindingscijfers voor de stad uit 2001, te vergelijken met de uitkomsten van het huidige onderzoek:



Tabel 4.7 Koopkrachtbinding in Utrecht-stad, 2004 vs. 2001

Koopkrachtbinding	Dagelijkse artikelen-sector		Niet-dagelijkse artikelen-sector (incl. woonbranche)	
	2001*	2004	2001*	2004
Utrecht centrum	12%	18%	51%	44%
Stadsdeelcentrum Overvecht	14%	11%	12%	9%
Stadsdeelcentrum Kanaleneiland	8%	6%	6%	8%
Woonboulevard Kanaleneiland (PDV)	-	-	7%	6%
Overig Utrecht	60%	58%	16%	19%
Buiten gemeente Utrecht	5%	7%	8%	14%
Totaal	100%	100%	100%	100%

*Bron: Goudappel Coffeng, Monitor kernwinkelapparaat Utrecht, 2001

Wat vooral opvalt is de daling van de binding in de niet-dagelijkse artikelensector van 51% naar 44% in het centrum van Utrecht, die wordt gecompenseerd door een stijging in 'overig Utrecht' en 'buiten de gemeente Utrecht'. Een duidelijke afvloeiing van koopkracht van inwoners van Utrecht naar buiten de stad. Dit is verklaarbaar omdat in Utrecht-centrum, net als in Nieuwegein en Houten, de ontwikkeling van het winkelaanbod aanzienlijk is achtergebleven bij de bevolkingstoename – een vrij unieke ontwikkeling in Nederland. De ophanden zijnde renovatie en uitbreiding van Hoog Catharijne (evenals de centra van Nieuwegein en Houten) zal dit beeld ongetwijfeld de komende jaren veranderen.

Overigens kan niet direct de conclusie worden getrokken dat de omzet in Utrecht-centrum ook navenant is gedaald. Dit ligt aan de toevloeiing van buiten de stad Utrecht naar het centrum, die traditioneel hoog is.



4.1.4 Koopstromen Noord-Holland Zuid

Tabel 4.8: Koopstromen regio's Noord-Holland Zuid, dagelijkse artikelensector in %

0 = < 0,5%

Aankoopregio's	Herkomstgebieden						
	Gooi	Amsterdam zuid-oost/Diemen	gemeente Haarlemmermeer	gemeente Haarlem	Amsterdam zuid	Amstelland	Zuid Kennemerland
Gooi	97,4	5,6	0,1				
Amsterdam zuidoost/Diemen	0,0	80,6	0,0	0,3	1,4		
gemeente Haarlemmermeer	0,0	0,1	88,5	0,5	0,0	1,0	0,9
gemeente Haarlem		0,1	2,0	93,8	0,0	0,1	12,8
Amsterdam zuid	0,2	10,2	0,8	0,3	94,9	4,8	0,2
Amstelland		1,9	1,2	3,4	91,4		0,0
Zuid Kennemerland		0,1	1,0	3,2			82,8
Den Haag/Wassenaar		0,0	0,0		0,2		0,1
Zoetermeer/Rijswijk			0,0				
Delft/Westland							
Midden Holland			0,0			0,0	
Schiedam/Vlaardingen							
Rotterdam e.o.							0,1
Ridderkerk e.o.			0,0				
Drechtsteden			0,0				
Alblasserwaard		0,0					
Voorne Putten							
Hoekse Waard							
Goeree Overflakkee							
Alphen a/d Rijn e.o.		0,0	0,4		0,0		
Bollenstreek		0,0	4,9			0,1	2,6
Leiden e.o.		0,0	0,1	0,0			0,1
Utrecht noordwest	0,1	0,1	0,0			0,1	
Utrecht zuidwest							
Utrecht zuidoost							0,0
Eemland zuidoost	0,0		0,0				
Eemland noordwest	0,5	0,0			0,0	0,0	0,0
SG Utrecht oost	0,0	0,0	0,0	0,1			0,0
SG Utrecht zuid		0,0	0,1	1,1			
SG Utrecht noord	1,0	0,0			0,0	0,0	
Elders	0,8	1,3	0,8	1,1	1,2	1,1	0,5
Totaal	100	100	100	100	100	100	100



Tabel 4.9: Koopstromen regio's Noord-Holland Zuid, niet-dagelijkse artikelensector in %.

Aankoopregio's	Herkomstgebieden							
	Gooi	Amsterdam zuid-oost/Diemen	gemeente Haarlemmermeer	gemeente Haarlem	Amsterdam zuid	Amstelland	Zuid Kennemerland	
Gooi	81,7	1,9	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	
Amsterdam zuidoost/Diemen	3,0	58,1	3,1	3,0	9,4	7,5	1,6	
gemeente Haarlemmermeer	0,2	0,5	59,5	3,6	0,4	3,6	5,7	
gemeente Haarlem	0,1	0,3	10,9	78,6	0,2	0,9	41,6	
Amsterdam zuid	2,8	28,1	7,0	1,6	73,0	11,4	2,2	
Amstelland	0,7	4,8	4,8	0,2	9,1	68,6	0,4	
Zuid Kennemerland		0,0	1,4	3,4	0,1	0,1	37,0	
Den Haag/Wassenaar	0,3	0,3	0,3	0,1	0,1	0,2	0,5	
Zoetermeer/Rijswijk		0,0	0,1		0,0	0,0	0,1	
Delft/Westland		0,0	0,1	0,0			0,0	
Midden Holland		0,0	0,0			0,1	0,0	
Schiedam/Vlaardingen			0,0			0,0		
Rotterdam e.o.	0,4	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	
Ridderkerk e.o.	0,0	0,0				0,0		
Drechtsteden	0,0	0,0	0,1	0,0			0,0	
Alblasserwaard	0,0	0,0				0,0		
Voorne Putten	0,0							
Hoekse Waard			0,0					
Goeree Overflakkee			0,0					
Alphen a/d Rijn e.o.	0,1		0,5	0,0	0,0	0,4		
Bollenstreek	0,0	0,0	5,8	0,2		0,1	3,1	
Leiden e.o.	0,0	0,0	0,9	0,1	0,0	0,2	0,3	
Utrecht noordwest	0,1	0,3	0,2	0,2	0,0	0,9	0,1	
Utrecht zuidwest	0,0	0,0	0,0	0,0		0,1	0,0	
Utrecht zuidoost	0,1	0,0			0,0			
Eemland zuidoost	0,8	0,3	0,0	0,1	0,0	0,3	0,0	
Eemland noordwest	0,9	0,0	0,0	0,0	0,1		0,0	
SG Utrecht oost	0,1	0,0				0,1		
SG Utrecht zuid	0,0	0,0	0,2	1,0	0,0		1,3	
SG Utrecht noord	3,2	0,6	0,1	0,4	0,6	0,7	0,0	
Elders	5,3	4,3	4,5	7,0	6,4	4,6	5,6	
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	



Tabel 4.10: Koopstromen regio's Noord-Holland Zuid, woonboulevards in %

Aankoopregio's	Herkomstgebieden						
	Gooi	Amsterdam zuid-oost/Diemen	gemeente Haarlemmermeer	gemeente Haarlem	Amsterdam zuid	Amstelland	Zuid Kennemerland
Gooi	47,8	1,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,5
Amsterdam zuidoost/Diemen	14,7	50,5	13,5	15,3	41,3	26,5	9,3
gemeente Haarlemmermeer	0,2	0,1	38,4	9,0	0,1	4,8	14,7
gemeente Haarlem	-	0,2	6,6	42,6	0,5	0,6	33,3
Amsterdam zuid	3,2	25,8	5,3	1,8	39,4	10,7	3,4
Amstelland	0,8	1,6	5,1	0,2	5,6	33,6	1,2
Zuid Kennemerland	-	0,1	1,9	3,5	-	0,2	15,0
Den Haag/Wassenaar	0,1	-	0,4	0,2	-	0,2	0,5
Zoetermeer/Rijswijk	-	-	0,2	-	-	-	-
Delft/Westland	-	-	0,4	0,1	-	-	-
Midden Holland	-	0,1	-	-	-	0,6	-
Schiedam/Vlaardingen	-	-	0,1	-	-	-	-
Rotterdam e.o.	1,8	0,7	0,5	0,2	0,2	0,4	0,2
Ridderkerk e.o.	0,2	-	-	-	-	-	-
Drechtsteden	0,1	0,1	-	-	-	-	-
Alblasserwaard	-	-	-	-	-	0,2	-
Voorne Putten	0,2	-	-	-	-	-	-
Hoekse Waard	-	-	-	-	-	-	-
Goeree Overflakkee	-	-	0,0	-	-	-	-
Alphen a/d Rijn e.o.	0,2	-	0,9	0,2	-	1,2	-
Bollenstreek	0,1	-	3,2	0,1	-	-	1,1
Leiden e.o.	0,2	0,1	4,8	0,7	-	1,5	1,4
Utrecht noordwest	0,2	0,2	1,1	0,4	0,2	2,9	0,5
Utrecht zuidwest	-	-	-	0,1	-	0,1	-
Utrecht zuidoost	-	0,0	-	-	-	-	-
Eemland zuidoost	3,0	0,6	0,1	0,3	-	0,2	-
Eemland noordwest	1,7	0,2	0,2	-	0,2	-	0,0
SG Utrecht oost	0,4	-	-	-	-	-	-
SG Utrecht zuid	0,1	-	-	0,1	0,2	-	0,2
SG Utrecht noord	9,7	0,4	0,1	0,5	0,3	0,6	0,3
Elders	15,5	18,3	17,2	24,7	11,8	15,5	18,4
Totaal	100	100	100	100	100	100	100



5 Economisch functioneren

In dit hoofdstuk beschrijven wij de resultaten van de confrontatie tussen vraag en aanbod, en krijgen op deze manier inzicht in het economisch functioneren van de regio's en de winkelcentra.

5.1 Detailhandelsomzet

In de Randstad is in 2004 ongeveer € 25,6 miljard in winkels uitgegeven: € 15,6 miljard in Zuid-Holland, € 5,6 miljard in Utrecht en € 4,3 miljard in Noord-Holland Zuid.

De provincie Zuid-Holland toont een omzetgroei van 20% ten opzichte van het vorige onderzoek in 1999. Destijds bedroeg de groei sinds 1994 24%. In Utrecht en Noord-Holland Zuid werden in 1999 geen koopstromenonderzoeken gehouden, maar het is zeer waarschijnlijk dat er een zelfde ontwikkeling als in Zuid-Holland plaatsvond. Met andere woorden: de totale omzetgroei in de Randstad vlakke met éénvijfde deel af in een periode met beduidend lagere economische groei dan in de 'boomperiode 1994-1999.

De omzetgroei in geheel Nederland bedroeg in 1999-2004 echter 16% (van € 62,5 mrd naar € 72,3 mrd). Buiten de Randstad waren de effecten van de tegenvallende economie dus groter dan in de Randstad. Zonder over exacte cijfers over de koopkrachttoevloeiing naar de Randstad in 1999 te beschikken, is onze verklaring dat deze toevloeiing de afgelopen vijf jaar procentueel moet zijn gegroeid. De Nederlander maakt een winkeltrip naar de Randstad vaker dan vroeger. Dit blijkt enerzijds uit toegenomen autogebruik met koopmotief richting de Randstad. Anderzijds is een verklaring de toegenomen winkelkeuze door sterkere groei van het aantal winkelmeters in de Randstad dan elders (Zuid-Holland 22% en Utrecht 14%, tegen een landelijk gemiddelde van 14%). De positie van de Randstad binnen Nederland is er qua detailhandel derhalve sterker op geworden.

De totale omzet in de dagelijkse artikelensector bedroeg in de Randstad € 11,2 miljard, tegen € 14,4 miljard in de niet-dagelijkse artikelensector (inclusief de woonbranche). Voor Zuid-Holland luiden deze kengetallen € 7,1 respectievelijk € 8,6 mrd. Ten opzichte van 1999 zijn de sectoren in Zuid-Holland met 18% respectievelijk 20% gegroeid (1994: 17% en 30%). Let wel: zonder de koopkrachttoevloeiing van buiten de Randstad zou de niet-dagelijkse artikelensector slechts met 11% zijn gegroeid.



In onderstaande tabellen ziet u de omzetten per provincie en per regio weergegeven.

Tabel 5.1: Detailhandelsomzet per regio en per sector provincie Zuid-Holland

Regio's Zuid Holland	Dagelijkse artikelen sector	Niet-dagelijkse artikelen sector	Totaal
Alblasserwaard	219	260	478
Alphen aan den Rijn	277	343	620
Bollenstreek	347	421	768
Delft/Westland	611	673	1.284
Den haag/Wassenaar	957	1.168	2.124
Drechtsteden	611	678	1.290
Goeree Overvlakee	93	99	192
Hoekse Waard	170	176	346
Leiden e.o.	428	544	972
Midden Holland	472	465	936
Ridderkerk e.o.	384	399	783
Rotterdam e.o.	1.239	1.901	3.140
Schiedam Vlaardingen	396	402	798
Voorne Putten	315	343	658
Zoetermeer Rijswijk	508	687	1.195
Totaal provincie Zuid-Holland	7.026	8.558	15.584

Tabel 5.2: Detailhandelsomzet per regio en per sector provincie Utrecht

Regio's Utrecht	Dagelijkse artikelen sector	Niet-dagelijkse artikelen sector	Totaal
Eemland noordwest	188	271	459
Eemland zuidoost	358	519	877
SG Utrecht noord	711	1.224	1.935
SG Utrecht oost	203	248	451
SG Utrecht zuid	323	290	613
Utrecht Noordwest	119	118	237
Utrecht Zuid west	161	412	573
Utrecht Zuid-Oost	265	243	508
Totaal provincie Utrecht	2.328	3.324	5.652

Tabel 5.3: Detailhandelsomzet per regio en per sector Noord-Holland Zuid

Regio's Noord-Holland Zuid	Dagelijkse artikelen sector	Niet-dagelijkse artikelen sector	Totaal
Amstelland	291	434	725
Amsterdam Zuid	294	338	632
Amsterdam Zuidoost/Diemen	102	315	418
Gemeente Haarlem	307	459	765
gemeente Haarlemmermeer	238	309	546
Gooi	464	573	1.037
Zuid Kennemerland	123	84	207
Totaal Noord-Holland Zuid	1.818	2.512	4.330

Tabel 5.4: Detailhandelsomzet Randstad

Provincie/gebied	Dagelijkse artikelen sector	Niet-dagelijkse artikelen sector	Totaal
Zuid-Holland	7.026	8.558	15.584
Utrecht	2.328	3.324	5.652
Noord-Holland Zuid	1.818	2.512	4.330
Totaal hele onderzoeksgebied	11.172	14.395	25.566



Tabel 5.5: Vergelijking detailhandelsomzet regio's Zuid-Holland 1999 - 2004

	Dagelijkse artikelen sector		Niet-dagelijkse artikelen sector		Totaal Omzet tov 1999	
	omzet 2004	Omzet tov 1999	omzet 2004	Omzet tov 1999		
Alblasserwaard	227	96	248	105	475	101
Alphen a/d Rijn e.	234	118	319	108	553	112
Bollenstreek	282	123	299	141	581	132
Delft/Westland	468	131	511	132	979	131
Den Haag/Wassenaar	831	115	1.105	106	1.936	110
Drechtsteden	480	127	568	119	1.048	123
Goeree Overflakkee	74	126	80	124	154	125
Hoekse Waard	146	116	151	117	297	116
Leiden e.o.	388	110	492	111	880	110
Midden Holland	417	113	426	109	843	111
Ridderkerk e.o.	301	128	295	135	596	131
Rotterdam e.o.	1.047	118	1.737	109	2.784	113
Schiedam/Vlaardingen	365	108	398	101	763	105
Voorne Putten	266	118	279	123	545	121
Zoetermeer/Rijswijk	444	114	641	107	1.085	110
Totaal Zuid-Holland	5.970	118	7.549	113	13.519	115

Over de gehele linie nemen de totale omzetten in de 15 Zuid-Hollandse regio's toe. Per regio en sector zijn echter duidelijke verschillen waar te nemen. In de dagelijkse artikelensector vertonen de regio's Delft/Westland, Ridderkerk e.o. en Drechtsteden de sterkste groei. De regio Alblasserwaard vertoont een lichte daling ten opzichte van 1999. Ook in de niet-dagelijkse artikelensector zijn het de regio's Drechtsteden en Delft/Westland die een sterke groei laten zien.

Oorzaken voor toename van de omzetten in de regio's ligt in de ontwikkeling van toonbankbestedingen, nieuwe winkelmeters en een toename van de regionale koopkrachttoevoering in vrijwel alle regio's.

5.2 Vloerproductiviteit

De vloerproductiviteit, de omzet gedeeld door het aantal winkelmeters, is een graadmeter voor het functioneren van de detailhandel in een bepaald gebied. In de Randstad bedraagt deze voor de dagelijkse artikelensector € 7.160 en voor de niet-dagelijkse artikelensector € 2.530 per m². Voor de provincie Zuid-Holland waren deze indicatoren in 1999 € 6.975 en € 2.560. In vijf jaar tijd is de vloerproductiviteit er in de dagelijkse artikelensector 2,5% toegenomen, terwijl hij in de niet-dagelijkse artikelensector met 1 % *afnam*. In 1999 was ten opzichte van 1994 nog sprake van groei van 2,5% respectievelijk 6%. De schaalvergroting in de *niet-dagelijkse artikelensector* (25% in vijf jaar tijd) heeft de omzetgroei dus niet kunnen bijhouden. De voornaamste reden is de sterke schaalvergroting én de tegenvallende omzetten in de woonbranche. In de *dagelijkse artikelensector* is nog steeds sprake van groei van de vloerproductiviteit, ondanks voortdurende schaalvergroting.



In bijgaande drie tabellen zijn de vloerproductiviteiten per sector en per regio in de verschillende provincies opgenomen.

Tabel 5.1: Kerncijfers vloerproductiviteit 2004 per regio, provincie Zuid-Holland

	Dagelijkse artikelensector		Niet-dagelijkse artikelensector	
	vloer-productiviteit	groei tov 1999	vloer-productiviteit	groei tov 1999
Alblasserwaard	€ 7.100	86	€ 1.700	85
Alphen aan den Rijn	€ 8.000	104	€ 2.100	87
Bollenstreek	€ 6.800	103	€ 2.200	97
Delft/Westland	€ 7.400	102	€ 2.200	93
Den haag/Wassenaar	€ 6.700	103	€ 2.400	85
Drechtsteden	€ 7.300	103	€ 2.100	94
Goeree Overvlakee	€ 5.700	104	€ 1.600	104
Hoekse Waard	€ 6.800	98	€ 1.600	82
Leiden e.o.	€ 7.600	93	€ 2.300	89
Midden Holland	€ 7.600	107	€ 2.000	96
Ridderkerk e.o.	€ 8.000	110	€ 1.900	100
Rotterdam e.o	€ 6.800	103	€ 2.900	91
Schiedam Vlaardingen	€ 7.000	104	€ 2.200	84
Voorne Putten	€ 7.000	102	€ 2.700	94
Zoetermeer Rijswijk	€ 7.100	102	€ 3.000	102
Zuid-Holland totaal				

Tabel 5.2: Kerncijfers vloerproductiviteit 2004 per regio, provincie Utrecht

	Dagelijkse artikelensector	Niet-dagelijkse artikelensector
Eemland noordwest	€ 6.900	€ 2.400
Eemland zuidoost	€ 7.500	€ 2.300
SG Utrecht noord	€ 7.200	€ 2.900
SG Utrecht oost	€ 6.500	€ 2.800
SG Utrecht zuid	€ 8.300	€ 2.300
Utrecht noordwest	€ 6.900	€ 2.100
Utrecht zuidoost	€ 4.100	€ 2.600
Utrecht zuidwest	€ 11.800	€ 2.300
Provincie Utrecht totaal		

Tabel 5.3: Kerncijfers vloerproductiviteit 2004 per regio, Noord-Holland Zuid

	Dagelijkse artikelensector	Niet-dagelijkse artikelensector
Amstelland	€ 7.400	€ 2.200
Amsterdam Zuid	€ 6.600	€ 3.200
Amsterdam Zuidoost/Diemen	€ 3.800	€ 2.000
Gemeente Haarlem	€ 7.100	€ 3.000
gemeente Haarlemmermeer	€ 6.200	€ 2.300
Gooi	€ 6.800	€ 2.500
Zuid Kennemerland	€ 6.300	€ 2.500
Noord-Holland Zuid totaal		

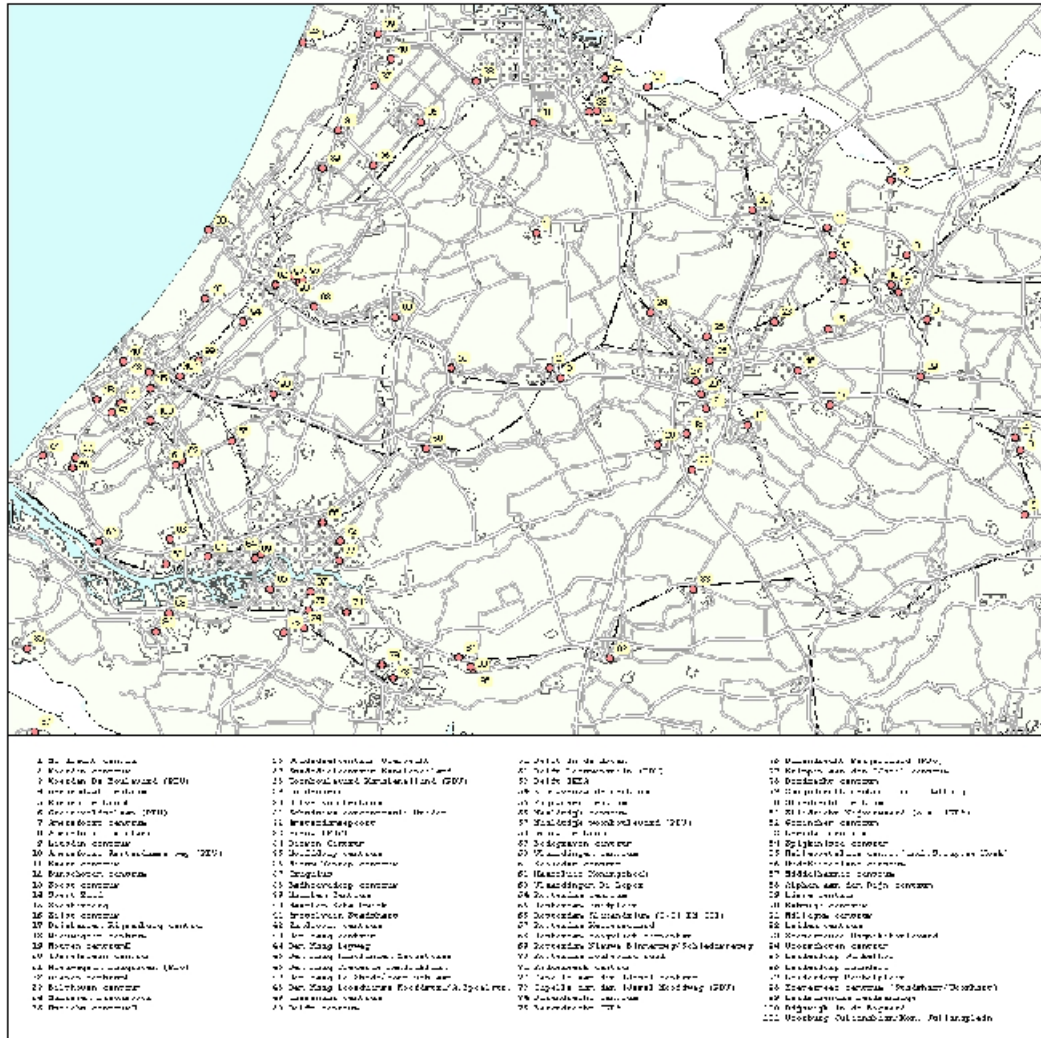
5.3 Winkelcentra: Omzetten

5.3.1 De top-75

Voor het eerst kan een lijst van de sterkste winkelcentra in (bijna de gehele) Randstad worden opgemaakt. In 1999 en 1994 werd voor Zuid-Holland een top-50 samengesteld. Wij hebben gekozen voor een top-75 gezien de verdubbeling van het

aantal regio's. De detailhandelsomzet in de winkelgebieden in de ranglijst is inclusief de toevloeiing van koopkracht van buiten de Randstad. De ligging van de grootste winkelgebieden is weergegeven in afbeelding 5.1.

Afbeelding 5.1: Ligging van de grootste winkelgebieden van de Randstad

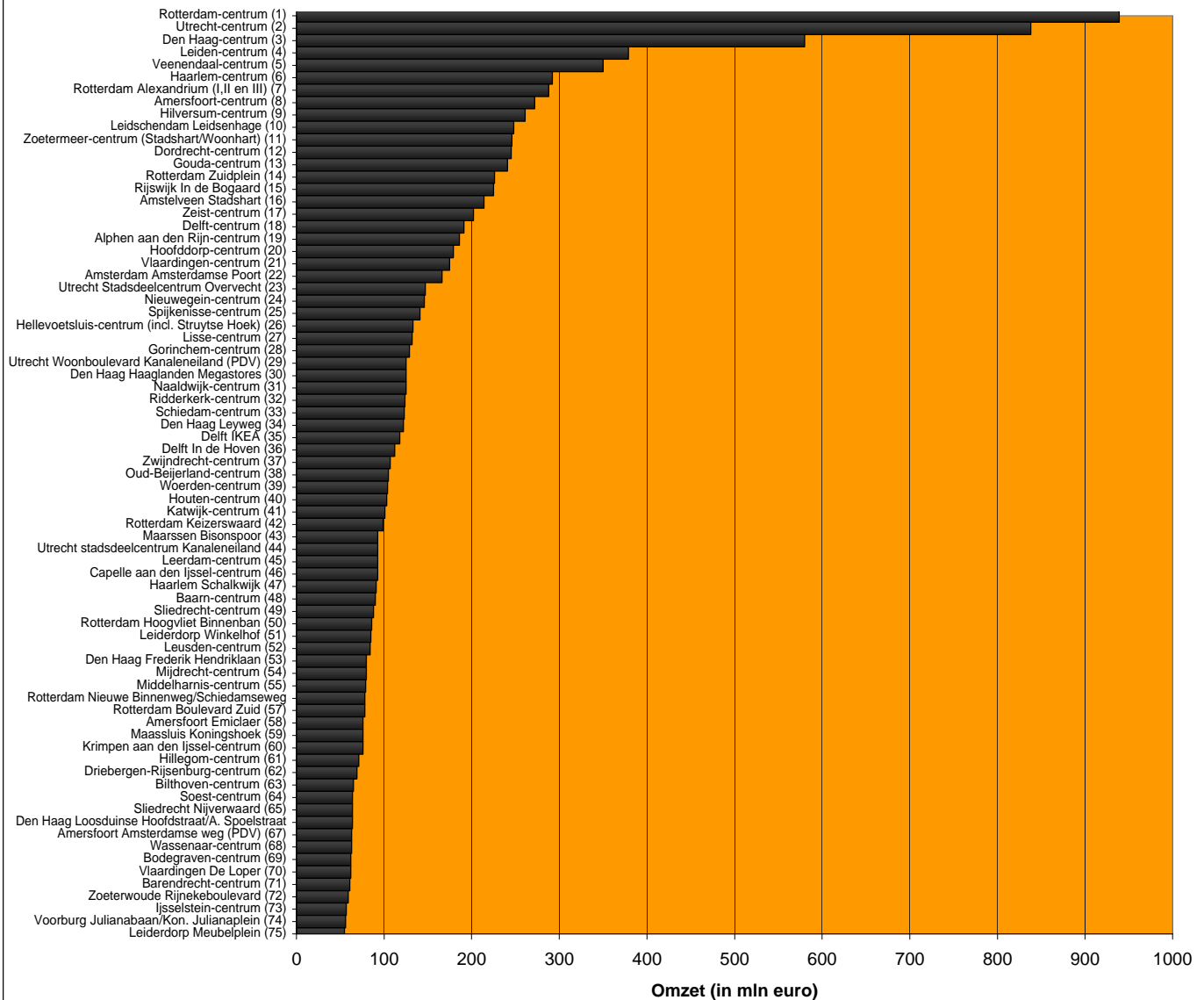


Zoals verwacht nemen de centra van de grote steden de eerste plaatsen in. Rotterdam-centrum, Utrecht-centrum en Den Haag-centrum vormen de top-3, gevolgd door Leiden-centrum, Veenendaal, en Haarlem-centrum. Het sterkste niet-binnenstedelijk gelegen winkelcentrum is Rotterdam-Alexandrium, gevolgd door Leidschendam-Leidsenhage dat de top-10 is binnengedrongen. Maar ook Rotterdam-Zuidplein en Rijswijk-In de Boogaard figureeren hoog op de ranglijst.



Afbeelding 5.2:

Top 75 van de sterkste winkelgebieden in de Randstad in (€ mln omzet)



5.3.2 Winkelcentra in de Randstad: de top-75

Tabel 5.4: Winkelcentra in de Randstad: de top-75

nr	Winkelcentrum	Omzet* 2004	nr	Winkelcentrum	Omzet 2004
1	Rotterdam-centrum	939	39	Woerden-centrum	104
2	Utrecht-centrum	838	40	Houten-centrum	103
3	Den Haag-centrum	580	41	Katwijk-centrum	101
4	Leiden-centrum	379	42	Rotterdam Keizerswaard	99
5	Veenendaal-centrum	350	43	Maarsse Bisonspoor	93
6	Haarlem-centrum	292	44	Utrecht stadsdeelcentrum Kanaleneiland	93
7	Rotterdam Alexandrium (I,II en III)	288	45	Leerdam-centrum	93
8	Amersfoort-centrum	272	46	Capelle aan den IJssel-centrum	93
9	Hilversum-centrum	261	47	Haarlem Schalkwijk	91
10	Leidschendam Leidsenhage	248	48	Baarn-centrum	90
11	Zoetermeer-centrum (Stadshart/Woonhart)	246	49	Slidrecht-centrum	88
12	Dordrecht-centrum	245	50	Rotterdam Hoogvliet Binnenban	86
13	Gouda-centrum	241	51	Leiderdorp Winkelhof	85
14	Rotterdam Zuidplein	226	52	Leusden-centrum	84
15	Rijswijk In de Bogaard	225	53	Den Haag Frederik Hendriklaan	80
16	Amstelveen Stadshart	214	54	Mijdrecht-centrum	80
17	Zeist-centrum	202	55	Middelharnis-centrum	79
18	Delft-centrum	191	56	Rotterdam Nieuwe Binnenweg/Schiedamseweg	78
19	Alphen aan den Rijn-centrum	186	57	Rotterdam Boulevard Zuid	78
20	Hoofddorp-centrum	179	58	Amersfoort Emiclaer	76
21	Vlaardingen-centrum	175	59	Maassluis Koningshoek	76
22	Amsterdam Amsterdamse Poort	166	60	Krimpen aan den IJssel-centrum	76
23	Utrecht Stadsdeelcentrum Overvecht	147	61	Hillegom-centrum	71
24	Nieuwegein-centrum	146	62	Driebergen-Rijsenburg-centrum	69
25	Spijkensisse-centrum	141	63	Bilthoven-centrum	65
26	Hellevoetsluis-centrum (incl. Struytse Hoek)	133	64	Soest-centrum	64
27	Lisse-centrum	132	65	Slidrecht Nijverwaard	64
28	Gorinchem-centrum	129	66	Den Haag Loosduinse Hoofdstraat/A. Spoelstraat	64
29	Utrecht Woonboulevard Kanaleneiland (PDV)	125	67	Amersfoort Amsterdamse weg (PDV)	63
30	Den Haag Haaglanden Megastores	125	68	Wassenaar-centrum	63
31	Naaldwijk-centrum	125	69	Bodegraven-centrum	62
32	Ridderkerk-centrum	124	70	Vlaardingen De Loper	62
33	Schiedam-centrum	123	71	Barendrecht-centrum	61
34	Den Haag Leyweg	122	72	Zoeterwoude Rijnkeboulevard	59
35	Delft IKEA	118	73	IJsselstein-centrum	57
36	Delft In de Hoven	112	74	Voorburg Julianabaan/Kon. Julianaplein	56
37	Zwijndrecht-centrum	107	75	Leiderdorp Meubelplein	55
38	Oud-Beijerland-centrum	105			

* Omzet in miljoenen euro's



5.3.3 De top-50 van Zuid-Holland

Voor Zuid-Holland is een vergelijking beschikbaar met 1999 en 1994. De top-50 ziet er als volgt uit:

Tabel 5.5: De top-50 van Zuid-Holland

2004	1999	1994	Winkelcentrum	Omzet* 2004	Omzet 1999	Omzet 1994
1	1	1	Rotterdam-centrum	939	829	649
2	2	2	Den Haag-centrum	580	567	495
3	3	3	Leiden-centrum	379	339	263
4	8	10	Rotterdam Alexandrium (I,II en III)	288	220	159
5	9	11	Leidschendam Leidsenhage	248	220	154
6	4	7	Zoetermeer-centrum (Stadshart/Woonhart)	246	231	186
7	5	4	Dordrecht-centrum	245	229	236
8	6	6	Gouda-centrum	241	226	191
9	7	5	Rotterdam Zuidplein	226	226	213
10	12	9	Rijswijk In de Bogaard	225	174	163
11	10	12	Delft-centrum	191	198	150
12	11	8	Alphen aan den Rijn-centrum	186	191	177
13	13	14	Vlaardingen-centrum	175	160	127
14	14	13	Spijkensisse-centrum	141	142	145
15	15	-	Hellevoetsluis-centrum (incl. Struytse Hoek)	133	118	-
16	18	24	Lisse-centrum	132	106	77
17	17	15	Gorinchem-centrum	129	108	109
18	-	-	Den Haag Haaglanden Megastores	125	-	-
19	22	25	Naaldwijk-centrum	125	94	77
20	16	16	Ridderkerk-centrum	124	115	104
21	19	19	Schiedam-centrum	123	106	91
22	26	17	Den Haag Leyweg	122	87	95
23	47	36	Delft IKEA	118	56	36
24	21	21	Delft In de Hoven	112	100	82
25	20	18	Zwijndrecht-centrum	107	100	91
26	24	22	Oud-Beijerland-centrum	105	93	77
27	23	20	Katwijk-centrum	101	93	86
28	25	28	Rotterdam Keizerswaard	99	92	54
29	30	-	Leerdam-centrum	93	79	-
30	29	-	Capelle aan den IJssel-centrum	93	79	-
31	32	-	Sliedrecht-centrum	88	78	-
32	27	23	Rotterdam Hoogvliet Binnenban	86	81	77
33	50	-	Leiderdorp Winkelhof	85	53	-
34	33	33	Den Haag Frederik Hendriklaan	80	75	41
35	35	29	Middelharnis-centrum	79	72	54
36	28	-	Rotterdam Nieuwe Binnen- weg/Schiedamseweg	78	80	-
37	31	26	Rotterdam Boulevard Zuid	78	79	73
38	36	-	Maassluis Koningshoek	76	72	-
39	38	-	Krimpen aan den IJssel-centrum	76	64	-
40	39	30	Hillegom-centrum	71	64	54
41	-	-	Sliedrecht Nijverwaard	64	40	-
42	40	-	Den Haag Loosduinse Hoofdstraat/A. Spoel- straat	64	64	-
43	43	34	Wassenaar-centrum	63	61	41
44	44	-	Bodegraven-centrum	62	61	-
45	41	-	Vlaardingen De Loper	62	63	-
46	34	-	Barendrecht-centrum	61	62	-
47	45	41	Zoeterwoude Rijnkeboulevard	59	60	18
48	42	-	Voorburg Julianabaan/Kon. Julianaplein	56	62	-
49	-	-	Leiderdorp Meubelplein	55	46	-
50	48	-	s-Gravenzande-centrum	53	55	-

* Omzet in miljoenen euro's



De Zuid-Hollandse top-3 is onveranderd (Rotterdam, Den Haag en Leiden) maar Rotterdam-Alexandrium (I, II en III samen) is met stip op nr. 4 beland. Het heeft Leidschendam-Leidsenhage (nr.5) als best functionerende niet-binnenstedelijk winkelcentrum verslagen. In het algemeen is het beeld in Zuid-Holland::

- De eigen binding neemt af maar de toevloeiing neemt toe;
- De detailhandelsbestedingen zijn autonoom toegenomen ten opzichte van 1999 en daardoor de omzetten in de winkelgebieden in het algemeen ook;
- De omzetten nemen vooral toe in de middelgrote steden en de stadsdeelcentra waarin geïnvesteerd is.

5.3.4 De top-25 van Utrecht

Voor de provincie Utrecht hebben wij de volgende top-25 samengesteld:

Tabel 5.6: De top-25 van Utrecht

nr	Gemeente	Winkelcentrum	Omzet 2004 (
1	Utrecht	Utrecht-centrum	838
2	Veenendaal	Veenendaal-centrum	350
3	Amersfoort	Amersfoort-centrum	272
4	Zeist	Zeist-centrum	202
5	Utrecht	Stadsdeelcentrum Overvecht	147
6	Nieuwegein	Nieuwegein-centrum	146
7	Utrecht	Woonboulevard Kanaleneiland (PDV)	125
8	Woerden	Woerden-centrum	104
9	Houten	Houten-centrum	103
10	Maarssen	Maarssen Bisonspoor	93
11	Utrecht	Stadsdeelcentrum Kanaleneiland	93
12	Baarn	Baarn-centrum	90
13	Leusden	Leusden-centrum	84
14	De Ronde Venen	Mijdrecht-centrum	80
15	Amersfoort	Amersfoort Emiclaer	76
16	Driebergen-Rijsenburg	Driebergen-Rijsenburg-centrum	69
17	De Bilt	Bilthoven-centrum	65
18	Soest	Soest-centrum	64
19	Amersfoort	Amersfoort Amsterdamse weg (PDV)	63
20	IJsselstein	IJsselstein-centrum	57
21	Bunschoten	Bunschoten-centrum	46
22	Woerden	Woerden De Boulevard (PDV)	46
23	Nieuwegein	Nieuwegein Laagraven (PDV)	45
24	Vianen	Vianen-centrum	39
25	Soest	Soest-Zuid	33

* Omzet in miljoenen euro's

Hier valt de sterke positie op van Utrecht-centrum, die in de Randstad Den Haag-centrum ver achter zich laat en Rotterdam-centrum op de voet volgt. In Utrecht is veel toevloeiing van koopkracht van buiten de Randstad. Ook Veenendaal scoort opvallend hoog omdat een hele regio erop is aangewezen, voor een groot deel van buiten het onderzoeksgebied.



5.3.5 De top-12 van Noord-Holland Zuid

In Noord-Holland Zuid is sprake van een top-12:

Tabel 5.7: De top-12 van Noord-Holland Zuid

nr	Gemeente	Winkelcentrum	Omzet 2004*
1	Haarlem	Haarlem-centrum	292
2	Hilversum	Hilversum-centrum	261
3	Amstelveen	Amstelveen Stadshart	214
4	Haarlemmermeer	Hoofddorp-centrum	179
5	Amsterdam	Amsterdamsepoort	166
6	Haarlem	Haarlem-Schalkwijk	91
7	Haarlemmermeer	Cruquius	54
8	Haarlemmermeer	Nieuw Vennepe-centrum	43
9	Zandvoort	Zandvoort-centrum	40
10	Amsterdam	Arenaboulevard (PDV)	38
11	Diemen	Diemen-centrum	38
12	Haarlemmermeer	Badhoevedorp-centrum	38

* Omzet in miljoenen euro's

Hier vallen de sterke posities van Haarlem en Hilversum op. Beide steden staan in de top-10 van de Randstad.

5.3.6 Woonboulevards

Voor het eerst zijn in het koopstromenonderzoek de woonboulevards afzonderlijk bekeken. In de consumenteninterviews vormden zij een aparte categorie. De woonboulevards trekken publiek uit een wijde kring. Hun koopkrachtbinding is voor de Randstad 49%, voor Zuid-Holland 52%, Utrecht 44% en Noord-Holland Zuid 42%. Meer dan de helft van hun klanten komt van buiten de vestigingsplaats.

De omzetten op de woonboulevards, in 1999 in Zuid-Holland nog getypeerd als 'fiks stijgend', hebben over de gehele linie te lijden gehad onder het gedaalde consumentenvertrouwen van de afgelopen jaren. Haaks op het tegenvallende economische tij is er echter flink uitgebreid in de sector. De dalende vloerproductiviteit in de gehele niet-dagelijkse artikelsector vindt hierin voor een belangrijk deel zijn oorzaak. Niet overal gaat het echter slechter. Wij hebben de belangrijkste woonboulevards in de Randstad voor u op een rijtje gezet (bij sommige is er sprake van een mix van PDV en GDV):

*Tabel 5.8: Top-10 woonboulevards / GDV-PDV-concentraties*

nr	Winkelcentrum	Omzet 2004
1	Rotterdam Alexandrium (I,II en III)	242
2	Utrecht Woonboulevard Kanaleneiland (PDV)	125
3	Den Haag Haaglanden Megastores	125
4	Delft IKEA	118
5	Amersfoort Amsterdamse weg (PDV)	63
6	Zoeterwoude Rijnkeboulevard	59
7	Leiderdorp Meubelplein	55
8	Haarlemmermeer Cruquius Woonboulevard	54
9	Woerden De Boulevard (PDV)	46
10	Nieuwegein Laagraven (PDV)	45

* Omzet in miljoenen euro's

Rotterdam-Alexandrium II en III doen het zoals verwacht uitstekend. Hoewel II alleen *superstores* bevat, maakt deze samentrekking wel een vergelijking mogelijk met de Megastores in Den Haag. Woonboulevard Utrecht Kanaleneiland presteert goed, evenals de woonboulevard-onder-één-dak Ikea Delft.

5.4 Winkelcentra: Marktaandelen

Wij hebben voor de drie provincies afzonderlijk de marktaandelen in de niet-dagelijkse artikelensector vergeleken. De tabel voor Zuid-Holland geeft een vergelijking met de vier voorgaande edities.

Geconcludeerd kan worden, dat in Zuid-Holland de stadgewestverzorgende centra (Den Haag-centrum en Rotterdam-centrum) iets aan marktaandeel hebben verloren, evenals de middelgrote steden. De stadsdeelcentra en secundair regionaal verzorgende centra hebben hun marktaandeel behouden. De woonboulevards waren niet eerder in deze vergelijking opgenomen.



Tabel 5.9: Marktaandelen in de niet-dagelijkse artikelensector, provincie Zuid-Holland

Winkelgebied	1978	1988	1994	1999	2004
<i>Stadsgewestverzorgende centra:</i>					
Den Haag-centrum	8,3%	8,0%	7,2%	6,0%	5,7%
Rotterdam-centrum	14,4%	11,5%	9,1%	9,5%	9,1%
Subtotaal	22,7%	19,5%	16,3%	15,5%	14,8%
<i>Stadsdeelcentra:</i>					
Den Haag Leyweg	0,8%	1,5%	1,0%	0,8%	0,8%
Leidschendam Leidschenhage	1,3%	2,4%	1,8%	2,3%	2,0%
Rijswijk In den Bogaard	1,8%	2,7%	2,0%	1,7%	2,1%
Rotterdam Zuidplein	4,9%	3,7%	3,0%	2,6%	2,2%
Rotterdam Alexandrium		2,1%	1,5%	2,5%	2,9%
Rotterdam Boulevard Zuid	0,6%	1,3%	0,7%	0,5%	0,4%
Subtotaal	9,4%	13,7%	10,0%	10,4%	10,4%
<i>Middelgrote steden:</i>					
Zoetermeer-centrum		1,3%	2,1%	2,5%	2,3%
Delft-centrum	2,0%	2,3%	1,8%	1,9%	1,5%
Gouda-centrum	1,9%	2,8%	2,2%	2,4%	2,4%
Gorinchem-centrum	1,2%	1,4%	1,0%	0,9%	1,3%
Dordrecht-centrum	2,9%	3,5%	2,8%	2,5%	2,4%
Vlaardingen-centrum	2,6%	2,4%	1,5%	1,5%	1,3%
Alphen a/d Rijd-centrum	1,5%	2,1%	1,8%	1,9%	1,6%
Leiden-centrum	4,6%	4,5%	3,3%	3,2%	3,1%
Subtotaal	16,7%	20,3%	16,5%	16,8%	15,9%
<i>Secundair regionaal verzorgende centra:</i>					
Schiedam-centrum	1,3%	1,0%	1,0%	1,0%	0,9%
Hoogvliet Binnenban	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%
Ridderkerk-centrum	0,9%	0,9%	0,9%	0,8%	0,8%
Zwijndrecht-centrum	0,9%	0,7%	0,7%	0,8%	0,7%
Spijkenisse-centrum	0,5%	1,5%	1,6%	1,4%	1,3%
Oud-Beijerland-centrum	0,6%	0,7%	0,8%	0,8%	0,8%
Middelharnis-centrum	0,5%	0,7%	0,5%	0,6%	0,6%
Katwijk-centrum	0,5%	1,0%	0,8%	0,8%	0,8%
Lisse-centrum	0,5%	0,6%	0,6%	0,8%	0,9%
Naaldwijk-centrum	0,7%	0,4%	0,7%	0,8%	0,9%
Subtotaal	7,1%	8,2%	8,2%	8,4%	8,3%
<i>Perifere detailhandel:</i>					
Barendrecht Reijerwaard	-	-	-	-	0,4%
Capelle aan den IJssel Hoofdweg	-	-	-	-	0,5%
Delft Leeuwenstein	-	-	-	-	0,4%
Delft IKEA	-	-	-	-	1,4%
Naaldwijk woonboulevard	-	-	-	-	0,3%
Sliedrecht Nijverwaard (o.a. IKEA)	-	-	-	-	0,8%
Leiderdorp Meubelplein	-	-	-	-	0,6%
Subtotaal	-	-	-	-	4,3%
Totaal	55,9%	61,7%	51,0%	51,1%	58,1%

Tabel 5.10: Marktaandelen in de niet-dagelijkse artikelensector, provincies Utrecht en Noord-Holland Zuid

Marktaandelen Utrecht		Marktaandelen Noord Holland	
Winkelgebied	2004	Winkelgebied	2004
<i>Stadsgewestverzorgende centra:</i>		<i>Stadsgewestverzorgende centra:</i>	
Utrecht-centrum	21,6%	-	-
Subtotaal	21,6%		
<i>Stadsdeelcentra:</i>		<i>Stadsdeelcentra:</i>	
Nieuwegein-centrum	2,9%	Amsterdamsepoort	3,6%
Stadsdeelcentrum Overvecht	2,4%	Haarlem Schalkwijk	2,3%
Stadsdeelcentrum Kanaleneiland	1,7%	Subtotaal	5,9%
Amersfoort Eemiclaer	0,8%		
Subtotaal	7,7%		
<i>Middelgrote steden:</i>		<i>Middelgrote steden:</i>	
Veenendaal-centrum	7,6%	Haarlem-centrum	9,2%
Amersfoort-centrum	6,9%	Hilversum-centrum	7,8%
Zeist-centrum	4,4%	Amstelveen Stadshart	7,2%
Subtotaal	19,0%	Hoofddorp-centrum	4,6%
		Subtotaal	28,8%
<i>Secundair regionaal verzorgende centra:</i>		<i>Secundair regionaal verzorgende centra:</i>	
Houten-centrum	1,2%	Nieuw Vennep-centrum	0,6%
Baarn-centrum	1,2%	Zandvoort-centrum	0,6%
Leusden-centrum	1,1%	Diemen-centrum	0,4%
Driebergen-Rijsenburg-centrum	0,8%	Badhoevedorp-centrum	0,5%
Bilthoven-centrum	1,1%	Subtotaal	2,1%
Soest-centrum	1,1%		
IJsselstein-centrum	1,1%		
Bunschoten-centrum	0,7%		
Soest-Zuid	0,4%		
Woudenberg-centrum	1,0%		
Rhemen-centrum	0,6%		
Soesterberg	0,0%		
	10,3%		
<i>Perifere detailhandel:</i>		<i>Perifere detailhandel:</i>	
Woonboulevard Kanaleneiland	3,8%	Arenaboulevard (PDV)	5,5%
Amersfoort Amsterdamse weg	1,9%	Cruquius	2,1%
Maarsse Bisonspoor	1,4%	Subtotaal	7,6%
Nieuwegein Laagraven	1,4%		
Groeneveldselaan	0,8%		
Subtotaal	9,2%		
Totaal	67,8%	Totaal	44,4%

In Utrecht valt op provinciale schaal de sterke positie van Utrecht-centrum op, evenals de belangrijke rol van Veenendaal-centrum en Amersfoort-centrum. In Noord-Holland Zuid ontbreekt uiteraard de binnenstad van Amsterdam, maar Haarlem-centrum, Hilversum-centrum en Amstelveen Stadshart hebben een regionaal belangrijke functie.

5.5 Winkels in kleine kernen

Specifieke aandacht van de opdrachtgevers ging uit naar de positie van de kleine kernen. In deze paragraaf besteden wij daarom aandacht aan winkels in kleine kernen.



De laatste jaren hebben winkels in kleine kernen (<5.000 inwoners) het steeds moeilijker om het hoofd boven water te houden. Het draagvlak is vaak te beperkt om bedrijfseconomisch verantwoord te kunnen functioneren. Daarbij werken de actuele trends in de retailsector (o.a. schaalvergroting) en in het consumentengedrag (o.a. toenemende mobiliteit) niet in het voordeel van deze winkels. Veel koopkracht vloeit af naar de grotere supermarkten buiten de eigen woonplaats. Het gevolg is dat veel winkels in kleine kernen de deuren sluiten. In veel van deze kernen is een neerwaartse spiraal ingezet en neemt het voorzieningenniveau, en daarmee de leefbaarheid, af.

Ook in het koopstromenonderzoek Randstad zien wij deze ontwikkeling. In nagenoeg alle kleine kernen is de koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector afgenomen ten opzichte van 1999. Vaak met meer dan 10%. Met name in de kernen met minder dan 3.000 inwoners is de oriëntatie op de eigen winkels fors verminderd. In deze kernen is niet alleen de koopkrachtbinding afgenomen, maar heeft ook een reductie van het winkelaanbod plaatsgevonden.

Slechts in de 'grotere' kleine kernen (3.000-5.000 inwoners) is in enkele gevallen de koopkrachtbinding gelijk gebleven of zelfs licht toegenomen (2 á 3%). Het gaat hier dan om kernen waar sprake is geweest van een herontwikkeling van het centrumgebied, of een schaalvergroting van de supermarkt.

Het koopstromenonderzoek Randstad laat duidelijk zien dat de dorpscentra, maar ook de buurtwinkelcentra met voornamelijk kleinschalige dagelijkse voorzieningen, onder druk staan. Enerzijds is het draagvlak voor de winkels te klein, terwijl anderzijds het winkelaanbod weer te beperkt is om de moderne consument aan zich te kunnen binden. In verzorgingsgebieden tot 3.000 inwoners zal het steeds moeilijker worden een compleet dagelijks aanbod (supermarkt, bakkerij, slagerij en groenteboer) te bieden en resteren in de regel op termijn alleen mogelijkheden voor een compacte supermarkt met counters (o.a. slijterij, drogisterij) en servicepunten (o.a. postagentschap, stomerij). De supermarktsector speelt al enige tijd op deze ontwikkeling in, met speciaal voor kleine dorps- en buurtcentra ontwikkelde moderne en kleinschalige formules.

5.6 Niet-winkelaankopen

Consumenten besteden niet alleen geld bij de reguliere detailhandel. Er zijn ook alternatieve aankoopkanalen zoals de warenmarkt, internet, postorderbedrijven en de boer: de zgn. 'niet-winkels'. De koopkrachtbindingen hebben betrekking op 'toonbankbestedingen' en niet-winkelaankopen worden hierin niet opgenomen. Toch is dit koopgedrag nauwkeurig geregistreerd in het onderzoek.

Tabel 5.11: Aandeel niet-winkelaankopen dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector

Regio's		Dagelijkse artikelensector		Niet-dagelijkse artikelensector	
		Winkels	Niet-winkels	Winkels	Niet-winkels
Zuid-Holland	Den Haag/Wassenaar	98	2	99	1
	Zoetermeer/Rijswijk	99	1	99	1
	Delft/Westland	98	2	99	1
	Midden Holland	98	2	99	1
	Schiedam/Vlaardingen	99	1	99	1
	Rotterdam e.o.	98	2	99	1
	Ridderkerk e.o.	99	1	99	1
	Drechtsteden	98	2	99	1
	Alblasserwaard	98	2	99	1
	Voorne Putten	98	2	99	1
	Hoekse Waard	98	2	99	1
	Goeree Overflakkee	97	3	99	1
	Alphen a/d Rijn e.o.	99	1	99	1
	Bollenstreek	99	1	99	1
	Leiden e.o.	98	2	99	1
Gooi	98	2	99	1	
Noord-Holland Zuid	Amsterdam zuidoost/Diemen	90	10	95	5
	gemeente Haarlemmermeer	98	2	99	1
	gemeente Haarlem	100	0	100	0
	Amsterdam zuid	98	2	99	1
	Amstelland	99	1	99	1
	Zuid Kennemerland	99	1	99	1
Utrecht	Utrecht noordwest	95	5	97	3
	Utrecht zuidwest	93	7	96	4
	Utrecht zuidoost	94	6	97	3
	Eemland zuidoost	96	4	98	2
	Eemland noordwest	94	6	97	3
	SG Utrecht oost	95	5	97	3
	SG Utrecht zuid	99	1	99	1
	SG Utrecht noord	99	1	99	1
Totaal		98	2	99	1

Het belangrijkste alternatieve aankoopkanaal is de warenmarkt. In de grote steden neemt deze nog steeds een behoorlijke positie in. Gemiddeld is 1,9% van de consumenten in de Randstad op de warenmarkt geïnteresseerd voor hun dagelijkse boodschappen, met de grote steden als uitschieters naar boven en Amsterdam Zuidoost/Diemen als grootste met 10%. In deze regio wonen relatief veel allochtonen.

In tabel 5.12 wordt ingezoomd op de verschillende niet-winkelaankoopplaatsen. In de niet-dagelijkse artikelensector is de warenmarkt minder belangrijk met gemiddeld 1,3%, met scores variërend tussen 0 en 5%. Dit wordt op de voet gevolgd door de postorderaankopen, die het met 1,2% opvallend goed doen. Daarna volgen de aankopen via de groothandel met 0,8%.

Opvallend is het relatief lage aandeel van de bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen via *internet*, slechts 0,7%. Mogelijke verklaring hiervoor is dat op het internet voornamelijk kleine aankopen worden gedaan. 23% van de internetaanschaaf betreft media als boeken en cd's, 41% is bruin- en witgoed als telecomzaken. Voor de grotere en duurdere aankopen wil de consument graag 'zien' en 'voelen'. Toch wijzen alle

tekenen op een sterke groei van internet als aankoopkanaal, en de verwachting is dat wij dit ook in komende koopstromenonderzoeken terug zullen zien.

Tabel 5.12: Aandeel niet-winkelaankopen dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelen

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Winkelaankopen	97,2	95,2
Markt	1,9	1,3
Via internet	0,1	0,7
Via postorderbedrijf	0,0	1,2
Via TV (bijv Tell Sell)	0,0	0,0
Via werk/pc-privé	0,0	0,2
Van een particulier	0,0	0,5
Bij de boer/aan de deur/ uit eigen tuin/rijdende winkel	0,5	0,0
Fabriek/groothandel/Makro/Sligro	0,3	0,8
Tankstation	0,1	0,0
Totaal	100,0	100,0

5.6.1 Internetaankopen

Toch is het interessant de internetaankopen nader te bekijken. Het internet heeft het afgelopen decennia een enorme ontwikkeling doorgemaakt, en wordt voor steeds meer consumenten een belangrijke aankoopplaats voor zowel dagelijkse- als niet-dagelijks goederen. Richting de toekomst is het de verwachting dat het belang van internet als 'alternatieve' aankoopplaats steeds verder gaat toenemen. In onderstaande tabel is de verdeling van de internetaankopen naar artikelgroep gepresenteerd.

Tabel 5.13: Verdeling internetaankopen naar artikelgroep

Artikelgroep	
- Levensmiddelen	6%
- Persoonlijke Verzorging	1%
<i>Totaal dagelijkse artikelensector</i>	<i>7%</i>
- Kleding & Mode	3%
- Schoenen & Lederwaren	2%
- Juwelier & Optiek	4%
- Huishoudelijke- & Luxe Artikelen	1%
- Antiek & Kunst	0%
- Sport & Spel	1%
- Hobby	4%
- Media	23%
- Plant & Dier	1%
- Bruin- & Witgoed	41%
- Auto & Fiets	6%
- Doe-Het-Zelf	0%
- Wonen	5%
- Detailhandel Overig	0%
Totaal niet-dagelijkse artikelensector	93%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>

De consument koopt via het internet voornamelijk artikelen in de branches 'Media' en 'Bruin & witgoed'. Het betreft aankopen als boeken, cd's en telecomapparatuur. Van de internetbestedingen behoort 7% tot de dagelijkse artikelensector. Het zijn voornamelijk drogisterij- en parfumerieartikelen die via het Web worden gekocht.



6 Winkelgedrag consument

In het telefonisch consumentenonderzoek is naast de vraag waar de consument winkelt ook gevraagd naar de bezoekfrequentie, het bezoekmotief, de vervoerswijzekeuze en de waardering van individuele winkelgebieden. De resultaten hiervan zijn verwoord in dit hoofdstuk.

Daarnaast zijn wij in het Koopstromenonderzoek Randstad 2004 ingegaan op twee specifieke vormen van winkelgedrag. Allereerst is de wisselwerking tussen detailhandel en leisure onderzocht. Wij hebben hierbij weer onderscheid gemaakt naar de 3 typen aankopen, dagelijks, niet-dagelijks en woonboulevards. Het tweede aspect waarnaar wij onderzoek hebben gedaan zijn de werkkoopstromen. Het gaat hier om aankopen die worden gedaan van, naar of tijdens het werk. De resultaten van beide onderdelen zijn ook in dit hoofdstuk gepresenteerd.

6.1 Bezoekfrequentie

Net als in 1999 (voor Zuid-Holland) is aan de respondenten gevraagd, hoe vaak zij het voor hen belangrijkste winkelgebied bezoeken. Dit voor de categorieën dagelijks, niet-dagelijks en woonboulevard.

Dit leverde voor het hele onderzoeksgebied de volgende resultaten op:

Tabel 6.1: Bezoekfrequentie dagelijkse artikelen

	In %
(bijna) dagelijks	20,8
3 tot 4 keer per week	30,7
2 keer per week	25,6
1 keer per week/wekelijks	21,0
1 tot 2 keer per maand	1,6
minder dan 1 tot 2 keer per maand	0,1
weet niet	0,2
Totaal	100

Tabel 6.2: Bezoekfrequentie niet-dagelijkse artikelen

	In %
(bijna) dagelijks	1,9
3 tot 4 keer per week	3,1
2 keer per week	7,1
1 keer per week/wekelijks	22,6
1 tot 2 keer per maand	46,7
1 keer per kwartaal	13,9
1 keer per half jaar	3,3
1 keer per jaar	0,7
Minder dan 1 keer per jaar	0,2
Nooit	0
Weet niet	0,5
Geen antwoord	0
Totaal	100

Tabel 6.3: Bezoekfrequentie woonboulevards

	In %
meer dan 4 keer per maand	1,4
2-4 keer per maand	3,9
1 keer per maand/maandelijks	8,7
1 keer per kwartaal	23,5
1 keer per half jaar	26,1
1 keer per jaar	20,8
Minder dan 1 keer per jaar	13,2
Nooit	1,5
Weet niet	0,8
Geen antwoord	0,2
Totaal	100

De uitkomsten van de bezoekfrequentie laten een duidelijk beeld zien. Consumenten bezoeken dagelijkse voorzieningen het meest frequent. Circa 50% van de consumenten doet bijna dagelijks boodschappen. De bezoekfrequentie in de niet-dagelijks artikelen-sector ligt lager, 69,3% van de consumenten gaf aan deze voorzieningen circa 1 keer per week te bezoeken.

Woonboulevards worden logischerwijs het minst frequent bezocht. Het merendeel van de geënquêteerden gaf het ongeveer 1 keer per kwartaal/per half jaar een woonboulevard te bezoeken.

6.1.1 Bezoekfrequentie per provincie, per sector

Tabel 6.4: Bezoekfrequentie dagelijkse artikelensector

	Zuid-Holland In %	Utrecht In %	Noord-Holland Zuid In %
(bijna) dagelijks	20,1	20,9	23,3
3 tot 4 keer per week	30,3	31,6	31,0
2 keer per week	25,5	27,1	23,9
1 keer per week/wekelijks	21,9	19,5	19,8
1 tot 2 keer per maand	1,9	0,8	1,7
minder dan 1 tot 2 keer per maand	0,1	0,0	0,0
weet niet	0,2	0,1	0,3
Totaal	100	100	100

Tabel 6.5: Bezoekfrequentie niet-dagelijkse artikelensector

	Zuid-Holland	Utrecht	Noord-Holland	Zuid
	In %	In %		In %
(bijna) dagelijks	2,1	1,3		1,8
3 tot 4 keer per week	3,1	2,7		3,6
2 keer per week	6,9	7,4		7,2
1 keer per week/wekelijks	22,1	22,5		24,2
1 tot 2 keer per maand	46,5	47,8		46,2
1 keer per kwartaal	14,3	13,7		12,6
1 keer per half jaar	3,3	3,4		3,2
1 keer per jaar	0,7	0,6		0,6
Minder dan 1 keer per jaar	0,2	0,3		0,2
Nooit	0,0	0,0		0,0
Weet niet	0,7	0,1		0,4
Totaal	100	100		100

Tabel 6.6: Bezoekfrequentie woonboulevards

	Zuid-Holland	Utrecht	Noord-Holland	Zuid
	In %	In %	In %	
meer dan 4 keer per maand	1,9	0,5		0,8
2-4 keer per maand	4,2	4,0		2,9
1 keer per maand/maandelijks	9,2	10,0		4,1
1 keer per kwartaal	23,5	27,4		15,6
1 keer per half jaar	25,6	26,8		26,8
1 keer per jaar	20,5	17,6		28,0
Minder dan 1 keer per jaar	12,3	12,6		17,8
Nooit	1,7	0,5		2,9
Weet niet	1,0	0,3		0,9
Geen antwoord	0,1	0,4		0,3
Totaal	100	100		100

Hogere bezoekfrequentie dagelijkse boodschappen

Het is interessant om de gegevens van Zuid-Holland 1999 te zetten naast de nu gevonden resultaten. In tabel 6.7 is een vergelijking gemaakt tussen de bezoekfrequentie van 1999 en 2004.

Tabel 6.7: Bezoekfrequentie Zuid-Holland naar type aankoopplaats 1999-2004

Frequentie	belangrijkste aankoopplaats in de			
	dagelijkse artikelensector		niet-dagelijkse artikelensector	
	1999 (%)	2004 (%)	1999 (%)	2004 (%)
bijna dagelijks	20	20,8	3	1,9
3 tot 4 keer per week	26	30,7	3	3,1
2 keer per week	22	25,6	6	7,1
1 keer per week	29	21,0	20	22,6
1 tot 2 keer per maand	1	1,6	38	46,7
minder dan 1 keer per maand	0	0,1	22	18,1
weet niet	1	0,2	8	0,5
geen antwoord	0	0	0	0
Totaal	100	100	100	100

Hier valt op, dat de frequentie van het doen van de dagelijkse boodschappen is gestegen. Dat is opvallend, aangezien algemeen wordt aangenomen dat de *gemakstrend* er de laatste jaren voor heeft gezorgd dat de consument juist grotere hoeveelheden tegelijk (bv. op zaterdag of op de koopavond) koopt. De resultaten spreken dit tegen. Wij kunnen ons afvragen of dit juist weer een gevolg is van de *toegenomen mobiliteit* (va-



ker met de auto erop uit), *diffuser* koopgedrag (meerdere supermarkten) of van het toegenomen *kwakeiteitsbewustzijn* (verser, dus vaker per week kopen) van de consument.

Ook bij de niet-dagelijkse artikelensector vinden we een hogere bezoekfrequentie (69% in 2004 tegen 58% in 1999 winkelt meerdere malen per maand). Dit is wellicht terug te voeren op het feit dat consumenten tegenwoordig veel meer aankoopplaatsen voor niet-dagelijkse artikelen op hun 'koop horizon' hebben.

Opgemerkt dient te worden, dat de categorie 'woonboulevards' in 1999 niet bestond en was opgenomen onder de niet-dagelijkse artikelensector. Vergelijken is derhalve niet mogelijk.

6.2 Bezoekmotieven

De respondent is gevraagd naar zijn twee belangrijkste redenen om zijn favoriete winkelgebied te bezoeken. Dit levert voor de drie sectoren het onderstaande beeld op.

Tabel 6.8: Bezoekmotief dagelijkse artikelensector

	Eerste reden (in %)	Tweede reden (in %)
Dichtst bij huis	63,6	5,3
Compleetheid winkelaanbod	9,4	12,3
Compleetheid aanbod artikelen	4,7	8,5
Prijsniveau winkels	10,5	9,2
Goedkoop	2,8	4,2
Sfeer/uitstraling winkelgebied	0,3	0,2
Bereikbaarheid per openbaar vervoer	1,1	1,3
Bereikbaarheid per auto	2,7	2,8
Parkeermogelijkheden	0,6	0,8
Parkeertarief	2,0	1,0
Op de route van/naar werk	0,4	0,3
Op de route van/naar andere activiteiten	0,3	0,2
Combinatie met bezoek familie/vrienden	0,2	0,7
Kwaliteit winkels/producten/service	0,2	0,2
Aanwezigheid bepaalde winkel(s)	0,1	0,4
Bereikbaarheid per fiets/te voet	0,2	0,2
Enige winkelgebied/geen andere keuze	0,1	0,1
Overdekt winkelgebied	0,1	0,3
Steunen plaatselijke winkeliers	0,2	0,6
anders, nl. ...	0,5	0,9
weet niet resp. geen 2e reden	0,3	50,3
Totaal	100	100



Tabel 6.9: Bezoekmotief niet-dagelijkse artikelensector

	Eerste reden (in %)	Tweede reden (in %)
Dichtst bij huis	26,5	6,3
Compleetheid winkelaanbod	38,4	17,7
Compleetheid aanbod artikelen	8,0	12,6
Prijsniveau winkels	2,3	2,3
Goedkoop	9,9	10,3
Sfeer/uitstraling winkelgebied	3,4	3,3
Bereikbaarheid per openbaar vervoer	3,6	3,1
Bereikbaarheid per auto	2,1	2,5
Parkeermogelijkheden	1,0	1,1
Parkeertarief	1,2	0,6
Op de route van/naar werk	0,3	0,3
Op de route van/naar andere activiteiten	0,8	0,4
Combinatie met bezoek familie/vrienden	0,2	0,2
Combinatie met dagtrip	0,1	0,3
Kwaliteit winkels/producten/service	0,3	0,4
Aanwezigheid bepaalde winkel(s)	0,1	0,8
Bereikbaarheid per fiets/te voet	0	0
Enige winkelgebied/geen andere keuze	0,1	1,0
Overdekt winkelgebied	0	0
Steunen plaatselijke winkeliers	0,6	1,1
anders, nl. ...	0,7	0,8
weet niet resp. geen 2e reden	0,4	34,5
Totaal	100	100

Tabel 6.10: Bezoekmotief woonboulevards

	Eerste reden (in %)	Tweede reden (in %)
Dichtst bij huis	35	5
Compleetheid winkelaanbod	28	14
Compleetheid aanbod artikelen	10	11
Prijsniveau winkelaanbod	3	2
Sfeer/uitstraling woonboulevard	5	4
Bereikbaarheid per openbaar vervoer	1	1
Bereikbaarheid per auto	5	6
Parkeermogelijkheden	1	3
Parkeertarief	0	0
Op de route van/naar werk	1	0
Op de route van/naar andere activiteiten	1	1
Combinatie met bezoek familie/vrienden	2	1
Nieuwsgierigheid/reclame	2	1
Toeval/geen speciale reden	1	0
Overdekte woonboulevard	0	0
Bekendheid/gewoonte	0	0
IKEA	1	0
anders, weet niet nl. ...	5	1
geen 2e reden	0	49
Totaal	100	100

Het is interessant te constateren dat het belangrijkste bezoekmotief in de dagelijkse artikelensector zeker niet het prijsniveau is. Dit scoort slechts zo'n 10%, terwijl supermarkt-Nederland toch in een heuse prijsoorlog verwickeld is, en het consumentenvertrouwen historisch laag is. De belangrijkste bezoekredenen is met afstand 'dichtst bij huis'. Andermaal opmerkelijk gezien de gegroeide populariteit van de discount-supermarkten, die zich gemiddeld op ca. 4 km van de Nederlandse consument bevinden tegen ca. 1,0 km voor de service-supermarkt. Ook als tweede reden wint prijs het niet van 'compleetheid winkelaanbod'.

Bij de niet-dagelijkse artikelen (het 'winkelen') wint 'compleetheid winkelaanbod' het met enige afstand (maar niet zo afgetekend als de winnaar bij dagelijkse artikelen) van 'dichtst bij huis'. Dit is niet verrassend, daar 'winkelen' alias 'funshoppen' een impulsieve activiteit is en een consument zich voor de grootste trefkans daarom het beste met veel aanbod omringt.

Wij kunnen de provincie Zuid-Holland binnen het onderzoeksgebied niet zonder meer vergelijken met 1999, omdat destijds meerdere antwoorden mogelijk waren, er niet was gesplitst in eerste (belangrijkste) en tweede reden, en de tabellen derhalve niet tot honderd procent optelden.

Wel is duidelijk dat in de categorie dagelijks het bezoekmotief 'dichtst bij huis' in 1999 (71% noemde het) net zo dominant was als in 2004 (64% vond dit de belangrijkste reden). In de categorie niet-dagelijks (let op: in 1999 inclusief woonboulevards, in 2004 niet) noemde 35% van de respondenten 'dichtst bij huis' in 1999, terwijl in 2004 27% het als belangrijkste reden noemde. In 1999 waren de motieven 'goede keuzemogelijkheden' en 'veel winkels bij elkaar' goed voor 31 resp. 32% bij de categorie niet-dagelijks; in 2004 scoorden de synoniemen 'compleetheid aanbod artikelen' en 'compleetheid winkelaanbod' als belangrijkste reden 8 resp. 38%.

6.2.1 Vervoerwijze

Tabel 6.11: Vervoermiddel naar belangrijkste aankoopplaats in dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen en woonboulevards

	Vervoermiddel naar de belangrijkste aankoopplaats in de		
	dagelijkse artikelen sector	niet-dagelijkse artikelen sector	woonboulevards
Te voet	29,0	7,5	2,4
Fiets	28,4	21,8	5,6
Auto/motor	40,3	47,5	84,0
Trein	0,1	4,1	1,5
Bus	0,7	7,6	2,0
Tram	0,7	6,4	2,0
Metro	0,2	4,4	2,3
Anders	0,6	0,7	0,2
totaal	100	100	100

Wat opvalt in deze opsomming is dat 29% van de dagelijkse boodschappen nog steeds te voet worden gedaan, en dat de fiets in de categorie niet-dagelijks net zo populair is als het openbaar vervoer. Naar woonboulevards gaat men vooral met de auto, wat aangeeft dat deze gebieden ofwel slecht met het OV bereikbaar zijn, ofwel dat het aankoopgedrag volgens verwachting inderdaad zeer doelgericht is en men bagageruimte nodig heeft.

Bij de vervoermiddelkeuze is Zuid-Holland weer apart vergelijkbaar (met uitzondering van de woonboulevards) met het onderzoek van vijf jaar geleden:



Tabel 6.12; Zuid-Holland: vervoermiddel naar belangrijkste aankoopplaats in dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector

Vervoermiddel... naar de belangrijkste aankoopplaats in de	Vervoermiddel naar de belangrijkste aankoopplaats in de			
	dagelijkse artikelensector		niet-dagelijkse artikelensector	
	1999	2004	1999	2004
Te voet	32	29,0	17	7,5
Fiets	26	28,4	23	21,8
Auto/motor	40	40,3	42	47,5
Trein	0	0,1	1	4,1
Bus	1	0,7	6	7,6
Tram	0	0,7	6	6,4
Metro	0	0,2	3	4,4
Anders	1	0,6	1	0,7
Totaal	100	100	100	100

Voor zover hier saillante verschillen te bespeuren zijn, valt op dat in de dagelijkse artikelensector de fiets iets heeft gewonnen op 'te voet', en dat men 10% minder te voet gaat winkelen (niet-dagelijkse artikelensector) dan in 1999. Wellicht wijst dit erop dat de actieradius c.q. het aantal centra waar men gaat winkelen is uitgebreid en verder weg ligt.

6.2.2 Koopzondag

In het onderzoek van 2004 is gevraagd hoe vaak men gebruik maakt van de koopzondag. Voor het gehele onderzoeksgebied geeft dit het volgende beeld:

Tabel 6.13 Frequentie bezoek koopzondag, gehele Randstad

Meer dan 4 keer per maand	0,9
2-4 keer per maand	3,3
1 keer per maand/maandelijks	9,1
1 keer per kwartaal	13,3
1 keer per half jaar	8,7
1 keer per jaar	5,8
Minder dan 1 keer per jaar	2,9
Nooit	55,5
Weet niet/geen antwoord	0,4
Totaal	100

'Slechts' een kwart van de respondenten winkelt minimaal één keer per kwartaal op zondag, en maar liefst 55% nooit. Winkelen is in Nederland, in ieder geval op zondag, niet de belangrijkste vrijetijdsbesteding.

Tabel 6.14 laat de per regio zien hoe deze frequentie is. Er zijn uiteraard verschillen per regio en provincie, daar niet elke gemeente een koopzondag heeft. Het blijkt dat vooral de inwoners van de grote steden de koopzondagen regelmatig bezoeken. Dit is een stuk minder in de regio's die verder van de grote steden afliggen. De regio's die het hoogst scoren in de categorie 'nooit' hebben een overwegend christelijk karakter.



In Goeree-Overflakkee, Utrecht zuidoost, Eemland noordwest en Hoekse Waard, wordt veel waarde gehecht aan de zondagsrust.

Tabel 6.14 Frequentie bezoek koopzondag per onderzoeksregio.

Regio	2-4 keer per		1 keer per			Nooit	Geen antwoord	Totaal
	maand of vaker	maan- delijks	1 keer per kwartaal	1 keer per half jaar	jaar of minder			
Rotterdam e.o.	11	16	16	6	7	45	0	100
Amsterdam zuid Den Haag/Wassenaar Amsterdam ZO	11	15	17	6	7	43		100
Diemen	6	14	17	8	10	43	1	100
Bollenstreek	5	6	8	7	8	67	0	100
Ridderkerk e.o.	4	10	13	7	7	59		100
Voorne Putten	4	9	15	10	10	51		100
Schie- dam/Vlaardingen	3	10	17	7	8	56		100
Zoetermeer/Rijswijk	3	9	16	9	8	54	1	100
Amstelland	3	9	18	8	10	53		100
SG Utrecht zuid gemeente Haarlem	3	4	16	9	13	56		100
Delft/Westland	2	12	17	11	9	49	1	100
Delft/Westland	2	9	14	9	9	56	0	100
SG Utrecht noord	2	9	18	10	9	51		100
Drechtsteden	2	5	11	8	7	67		100
Midden Holland	2	4	11	8	11	64	1	100
Zuid Kennemerland	2	3	8	9	9	70		100
Goeree Overflakkee	2	2	6	5	8	76		100
Utrecht zuidoost	2	2	5	6	9	76	0	100
Alphen a/d Rijn e.o.	1	9	9	9	10	61	1	100
Leiden e.o.	1	8	16	11	8	54	1	100
gemeente Haar- lemmeer	1	8	11	12	11	57		100
Hoekse Waard	1	5	6	8	8	73		100
Gooi	1	4	10	11	10	64		100
Utrecht noordwest	1	1	11	11	11	64		100
Eemland zuidoost	0	5	10	10	15	60	0	100
SG Utrecht oost	0	3	11	13	12	60		100
Alblasserwaard	0	3	10	9	11	67		100
Utrecht zuidwest	0	2	10	8	16	63		100
Eemland noordwest	0	2	5	9	10	73		100

Tabel 6.15 geeft voor de 30 onderzoeksregio's de top-3 van meest bezochte winkelcentra op zondag weer (door respondenten die een bezoek afleggen). Rotterdam-centrum staat in 13 van de 30 regio's in de top-3.

Tabel 6.15 Zondagshoppers: meest bezochte aankoopplaats op zondag per regio.

Regio	Eerste aankoopplaats zondag	Tweede aankoopplaats zondag	Derde aankoopplaats zondag
Den Haag/Wassenaar	Den Haag centrum 70%	Rijswijk In de Bogaard 6%	Herman Costerstraat 6%
Zoetermeer/Rijswijk	Den Haag centrum 40%	Rijswijk In de Bogaard 11%	Zoetermeer centrum) 10%
Delft/Westland	Delft centrum 29%	Rotterdam centrum 20%	Rijswijk In de Bogaard 14%
Midden Holland	Gouda centrum 29%	Rotterdam centrum 25%	Rotterdam Alexandrium 10%
Schiedam/Vlaardingen	Rotterdam centrum 63%	Schiedam centrum 21%	Rotterdam Alexandrium 5%
Rotterdam e.o.	Rotterdam centrum 82%	Rotterdam Alexandrium 6%	Rotterdam Zuidplein 4%
Ridderkerk e.o.	Rotterdam centrum 66%	Rotterdam Alexandrium 9%	Rotterdam Zuidplein 5%
Drechtsteden	Rotterdam centrum 63%	Dordrecht centrum 27%	Rotterdam Alexandrium 4%
Alblasserwaard	Gorinchem centrum 37%	Rotterdam centrum 26%	Utrecht centrum 7%
Voorne Putten	Rotterdam centrum 61%	Spijkensisse centrum 21%	Rotterdam Zuidplein 8%
Hoekse Waard	Rotterdam centrum 82%	Rotterdam Zuidplein 7%	Rotterdam Alexandrium 5%
Goeree Overflakkee	Rotterdam centrum 55%	Rotterdam Zuidplein 14%	Rotterdam Alexandrium 10%
Alphen a/d Rijn e.o.	Alphen aan den Rijn 49%	Centrum Amsterdam 8%	Rotterdam centrum 8%
Bollenstreek	Noordwijk (ZH) 65%	Leiden centrum 7%	Centrum Amsterdam 4%
Leiden e.o.	Leiden centrum 49%	Den Haag centrum 15%	Rotterdam centrum 7%
Gooi	Hilversum Centrum 32%	Centrum Amsterdam 25%	Hilversum Bodemanstraat 15%
Amsterdam ZO/Diemen	Centrum Amsterdam 55%	Amsterdamsepoort 34%	Maxis Muiden 3%
Haarlemmermeer	Centrum Amsterdam 23%	Haarlem Centrum 20%	Amstelveen Stadshart 17%
Haarlem	Haarlem Centrum 48%	Amsterdamstraat 14%	Centrum Amsterdam 10%
Amsterdam zuid	Centrum Amsterdam 74%	Amstelveen Stadshart 14%	Amsterdam P.C. Hoofstraat 4%
Amstelland	Amstelveen Stadshart 54%	Centrum Amsterdam 23%	Amsterdamsepoort 8%
Zuid Kennemerland	Zandvoort centrum 46%	Haarlem Centrum 21%	Centrum Amsterdam 8%
Utrecht noordwest	Utrecht centrum 21%	Mijdrecht centrum 21%	Amstelveen Stadshart 19%
Utrecht zuidwest	Utrecht centrum 33%	Amsterdam P.C. Hoofstraat 9%	Rotterdam centrum 5%
Utrecht zuidoost	Centrum Amsterdam 58%	Utrecht centrum 11%	Wijk bij Duurstede Centrum 9%
Eemland zuidoost	Amersfoort centrum 66%	Centrum Amsterdam 8%	Amersfoort Amsterdamseweg 7%
Eemland noordwest	Hilversum Centrum 19%	Amersfoort centrum 16%	Utrecht centrum 14%
SG Utrecht oost	Zeist centrum 37%	Utrecht centrum 22%	Adriaen van Ostadelaan 13%
SG Utrecht zuid	Utrecht centrum 52%	Nieuwegein centrum 31%	Centrum Amsterdam 4%
SG Utrecht noord	Utrecht centrum 76%	Centrum Amsterdam 6%	Stadsdeelcentrum Kanaleneiland 4%



6.2.3 Wisselwerking detailhandel en leisure

Voor het eerst is in het koopstromenonderzoek aandacht besteed aan het verband tussen retail en leisure: wordt bezoek aan winkels en vrijetijdsbestemmingen gecombineerd? De suggestie, althans van veel 'marktpartijen', is dat combinatiebezoek vaak plaatsvindt. Wisselt men het winkelen inderdaad graag af met een bezoek aan horeca, bioscoop of amusementshal? Daarom is de respondent voor elk type winkelgebied (dagelijks, niet-dagelijks en woonboulevard) gevraagd of hij dit gedrag vertoont en zo ja, met welk type leisure. Bij een positief antwoord is vervolgens gevraagd naar de bezoekfrequentie.

"Leisure" als vlag dekt een veelheid aan lading. In ons onderzoek is als zodanig opgenomen³:

- eet- en drinkgelegenheden: café/bar, lunchroom, cafetaria/snackbar, restaurant
- culturele voorzieningen: toneel/concert/cabaret, revue/show, museum of tentoonstelling, bibliotheek, attractiepunten
- vermaak: discotheek/houseparty, bioscoop/filmhuis, speelhal/casino
- sport en actie: sportwedstrijden, bowlingcentrum, lasergames, midgetgolf, zwembad(subtropisch), evenementenhal, snookercentrum

Uit de tabel blijkt dat de consument voornamelijk tijdens het recreatieve winkelen het combinatiebezoek met leisure maakt (65%). Belangrijkste voorzieningen die worden bezocht zijn lunchroom, restaurant en café. Tijdens het boodschappen doen is het combinatiebezoek veel lager. Slechts 23% van de respondenten geeft aan dit te doen. De meest bezochte voorzieningen komen sterk overeen met het combinatiebezoek tijdens het recreatieve winkelen. Het doen van de dagelijkse boodschappen wordt voornamelijk gecombineerd met een bezoek aan de lunchroom, café of restaurant. Ook het bezoek aan de woonboulevard wordt in beperkte mate, 23% gecombineerd met een leisure voorziening. Veruit het meeste combinatiebezoek wordt gemaakt met een lunchroom. Logische verklaring hiervoor is de aanwezigheid van dergelijke voorzieningen op veel woonboulevards.

³ De indeling naar type leisurevoorzieningen is gebaseerd op de volgende onderzoeken: Continu Vakantie Onderzoek (CVO), Onderzoek Dagrecreatie (OD), Tijdsbestedingonderzoek (TBO) en Aanvullend Voorzieningengebruik Onderzoek (AVO).

Tabel 6.15: Combinatiebezoek tussen leisure en winkelbezoek per sector in %⁴

	Combinatiebezoek leisure met...		
	Dagelijkse artikelensector	Niet-dagelijkse artikelensector	Woonboulevard
Geen combinatiebezoek	77	35	77
discotheek	0	0	0
bioscoop	1	8	1
toneel	1	4	0
revue	0	0	0
museum	1	2	0
café	5	11	2
lunchroom	6	16	12
cafeteria	3	5	3
restaurant	5	15	4
casino	0	0	0
sportwedstrijden	0	0	0
attractiepunten	0	0	0
bibliotheek	1	1	0
bowlingcentrum	0	0	0
snookercentrum	0	0	0
lasergames	0	0	0
midgetgolf	0	0	0
zwembad	0	0	0
evenementenhal	0	0	0

Naast uitspraken of de consumenten winkelen combineren met leisurevoorzieningen is het tevens interessant om na te gaan hoe vaak dit combinatiebezoek plaats vindt. In de volgende tabel is aangegeven hoe vaak de consument het winkelen combineert met een bezoek aan een leisurevoorziening.

Tabel 6.16: Frequentie combinatiebezoek tussen leisure en winkelbezoek per sector(%)

	Belangrijkste aankoopplaats in de								
	Dagelijkse artikelensector (%)			Niet-dagelijkse artikelensector (%)			Woonboulevard (%)		
	vaak	soms	zelden	vaak	soms	zelden	vaak	soms	zelden
discotheek	22	50	28	24	55	21	25	75	
bioscoop	21	53	26	13	55	32	14	56	30
toneel	21	53	26	20	52	28	13	65	22
Revue/show	20	47	33	12	51	37		100	
museum	28	47	25	23	51	37	29	57	14
café	28	50	22	35	49	16	36	72	
Lunchroom	28	50	22	36	48	16	37	38	25
Cafeteria	17	48	34	24	51	25	29	44	27
restaurant	24	53	23	22	28	50	35	39	26
casino	50	50		22	28	50	50	50	
Sportwedstrijden	43	38	19	56	28	17	33	42	25
Attractiepunten (dierenpark, amusementspark)	21	64	14	11	56	33			100
Bibliotheek	48	42	10	49	40	11			100
Bowlingcentrum	20	30	50	15	45	40			100
Snookercentrum	33	0	67	14	57	29			100
Lasergames					50	50			100
midgetgolf									100
zwembad	50	25	25	71		29			100
evenementenhal	20	47	33	21	53	27		50	50

⁴ De cellen zonder waarde betekent dat geen van de respondenten dit heeft geantwoord



6.2.4 'Werkkoopstromen'

Ons aankoopgedrag vertoont steeds meer variëteit naar locatie en tijdstip. Illustratief is de opkomst van pomp- en stationsshops, waar vooral onderweg van of naar het werk een snelle boodschap wordt gedaan. De 'werkkoopstromen' geven inzicht in de mate waarin aankopen naar, tijdens en vanaf de werkplek worden gedaan. Niet alleen de frequentie waarmee, maar ook de soort aankoop is in beeld gebracht. De aankoopplaats is onderverdeeld in drie categorieën:

- woonplaats
- werkplek
- onderweg

In het telefonisch onderzoek is allereerst gevraagd of men onderweg naar en van het werk aankopen verricht, en zo ja hoe vaak. De resultaten staan in onderstaande tabel.

Tabel 6.17: Frequentie waarmee tijdens, voor of na het werk aankopen worden verricht

Frequentie	%
Nooit	36
vaak	31
soms	24
zelden	9

Het aantal consumenten dat onderweg naar en van het werk aankopen verricht is groot: 64% van de ondervraagden geeft aan dit te doen. Een relatief groot aantal van de geënquêteerden geeft aan dit zelfs vaak te doen (31%).

Het blijkt dat de consument voornamelijk dagelijkse artikelen koopt. In tabel ... zijn de tien meest genoemde artikelengroepen (op volgorde van belang) gepresenteerd. Van de niet-dagelijkse artikelen zijn het de branches 'kleding en mode' en 'boeken, tijdschriften en kantoorartikelen' die werden genoemd.

Tabel 6.18: 10 meest genoemde artikelgroepen tijdens, voor of na het werk

Artikelgroep
1. Brood en banket
2. Vlees en Vleeswaren
3. Groente en Fruit
4. Kruidenierswaren
5. Zuivelproducten en kaas
6. Kleding en modeartikelen
7. Drogisterij en parfumerieartikelen
8. Boeken, tijdschriften en kantoorartikelen
9. Delicatessen
10. Tabaksartikelen

Tot slot hebben wij in tabel 6.19 aangegeven waar de consument de aankopen doet, verbijzonderd naar de verschillende regio's. In zijn algemeenheid kan worden gezegd dat de consument in de werkplaats de aankopen doet.

Tabel 6.19: Mate van aankopen tijdens, van of naar het werk per herkomstregio⁵

	Woonplaats (%)	Werkplaats (%)	Onderweg (%)
Den Haag/Wassenaar	29	46	25
Zoetermeer/Rijswijk	30	45	25
Midden Holland	19	56	25
Schiedam/Vlaardingen	19	56	25
Rotterdam e.o.	33	47	21
Ridderkerk e.o.	21	51	27
Drechtsteden	12	69	19
Alblasserwaard	20	57	23
Voorne-Putten	10	53	37
Hoeksche Waard	19	51	30
Goeree-Overflakkee	15	55	30
Alphen aan den Rijn	13	52	34
Bollenstreek	12	60	29
Leiden e.o.	23	50	28
't Gooi	23	57	20
Amsterdam ZO/Diemen	16	53	31
Haarlemmermeer	18	64	19
Haarlem	26	52	22
Amsterdam Zuid	17	52	30
Amstelland	19	60	20
Zuid-Kennemerland	17	52	31
Utrecht Noordwest	12	64	24
Utrecht Zuidwest	23	40	37
Utrecht Zuidoost	28	45	26
Eemland Zuidoost	27	45	28
Eemland Noordwest	22	44	34
SG Utrecht Oost	25	49	26
SG Utrecht Zuid	36	40	25
SG Utrecht Noord	29	52	20

Uit deze onderzoeksresultaten blijkt duidelijk dat er nogal wat 'werkkoopstromen' door de Randstad vloeien. Hier is sprake van *passantenmarketing*: het vermarkten van goederen of diensten aan hen die voor een ander doel onderweg zijn. Tot dusver is dit in koopstromenonderzoeken nooit in beeld gebracht. Tweederde van de consumenten koopt wel eens iets, vooral dagelijkse artikelen, en overwegend bij de werkplaats. Om welke omzetten het gaat, en hoe die zich verhouden tot de klassieke koopstromen vanuit de woonplaats, is in dit onderzoek wegens ruimtegebrek niet gevraagd. Maar het zou een welkome aanvulling zijn in een volgende editie.

⁵ Voor deze tabel is geselecteerd op verschillende werk en woon gemeente van de respondent



7 Beoordeling aankoopplaatsen

Net als in het Zuid-Hollandse onderzoek in 1999 is dit jaar gevraagd naar de beoordeling van de aankoopplaatsen. De methode verschilt echter. Wij hebben gemeend niet slechts naar 'zwakke' punten te vragen, maar neutraal naar rapportcijfers om ook de positieve kanten van de – meestbezochte - winkelcentra te belichten. Uiteraard levert dit een ander soort beeld op dan in 1999 en daarom is vergelijken met Zuid-Holland 1999 niet zinvol. Dit laten wij dan ook achterwege.

In de hierna volgende tabellen zijn de meest dominante scores grijs gearceerd.

Tabel 7.1: Rapportcijfers voor de meest bezochte aankoopplaats voor de dagelijkse artikelensector, gehele onderzoeksgebied

Rapportcijfer voor aspect:	Compleetheid winkelaanbod	Sfeer en uitstraling winkelgebied	De bereikbaarheid per openbaar vervoer	De bereikbaarheid per auto	De parkeermogelijkheden	Het parkeertarief
1 zeer slecht	0,3	0,4	2,4	0,5	1,0	1,7
2	0,4	0,8	1,3	0,7	1,1	1,2
3	1,0	1,0	1,5	1,0	1,8	1,6
4	2,2	2,8	3,1	2,3	4,2	2,5
5	4,9	7,1	5,0	4,4	8,5	4,2
6	13,0	17,6	6,8	9,1	14,2	4,1
7	32,2	33,0	14,0	20,7	19,8	5,0
8	35,1	28,7	22,2	35,2	27,2	9,0
9	7,0	5,7	7,9	11,9	10,3	7,2
10 uitmuntend	2,5	1,7	5,2	6,8	6,2	46,7
weet niet/wil niet zeggen	1,4	1,1	30,7	7,3	5,9	16,9
Totaal	100	100	100	100	100	100

De meerderheid geeft een kleine 8 als rapportcijfer voor alle aspecten behalve het parkeertarief: dat wordt door bijna de helft 'uitmuntend' genoemd en beloond met een 10. Dit houdt in dat parkeren in die winkelcentra kennelijk gratis of heel goedkoop is. Een kleine 30% beoordeelt de sfeer als onvoldoende en ca. 20% vindt dat van de compleetheid van het winkelaanbod.

Tabel 7.2: Rapportcijfers voor de meest bezochte aankoopplaats de niet-dagelijkse artikelensector, gehele onderzoeksgebied

Rapportcijfer voor aspect:	Compleetheid winkelaanbod	Sfeer en uitstraling winkelgebied	De bereikbaarheid per openbaar vervoer	De bereikbaarheid per auto	De parkeermogelijkheden	Het parkeertarief
1 zeer slecht	0	0,2	0,7	1,3	2,0	5,5
2	0	0,1	0,4	1,4	1,5	3,9
3	0,1	0,3	0,5	2,5	2,9	5,8
4	0,2	0,7	1,3	4,4	4,8	9,4
5	0,8	2,4	2,8	8,5	9,7	14,5
6	3,4	9,4	5,6	13,2	14,8	13,9
7	18,2	28,0	14,7	19,5	20,7	9,9
8	47,4	42,0	31,7	29,3	23,7	5,8
9	22,4	13,4	14,9	8,6	7,4	2,8
10 uitmuntend	6,7	3,0	8,9	4,1	4,5	10,7
weet niet/wil niet zeggen	0,9	0,6	18,5	7,3	8,0	18,0
Totaal	100	100	100	100	100	100

Opvallend in de niet-dagelijkse artikelensector is de iets hogere beoordeling van compleetheid winkelaanbod en sfeer en uitstraling, dan in de dagelijkse artikelensector. Slechts 5% van de respondenten beoordeelt hun belangrijkste aankoopplaats als onvoldoende compleet, en slechts 10% geeft een 6 of minder aan de sfeer en uitstraling. Kennelijk appelleren de 'fun'-centra in de Randstad beter aan de consument dan de dagelijkse centra. Of kijkt men bij boodschappen doen niet op of om? Deze positieve waardering moet compenseren voor de lage score bij het parkeertarief: gemiddeld een onvoldoende, waar dit bij dagelijks nog een 10 scoorde. Dit moet wel inhouden dat de meest bezochte winkelgebieden in binnensteden liggen of dichtbevolkte gebieden waar de gemeente schaarste aan parkeerplaatsen heeft.

Tabel 7.3: Rapportcijfers voor de meest bezochte aankoopplaats woonboulevards, gehele onderzoeksgebied

Rapportcijfer voor aspect:	Compleetheid winkelaanbod	Sfeer en uitstraling winkelgebied	De bereikbaarheid per openbaar vervoer	De bereikbaarheid per auto	De parkeermogelijkheden	Het parkeertarief
1 zeer slecht	0	0,4	1,6	0,1	0,2	1,3
2	0,5	0,5	0,9	0	0,2	1,0
3	0,3	1,3	1,4	0,2	0,5	1,3
4	0,9	3,0	3,2	0,2	1,2	2,9
5	2,6	8,4	5,9	1,2	2,8	5,7
6	11,0	21,5	9,2	4,3	8,2	9,7
7	32,1	29,2	13,6	23,0	20,4	11,1
8	36,8	25,6	18,3	48,8	42,0	12,5
9	10,3	6,9	5,5	13,8	14,5	8,0
10 uitmuntend	2,9	2,2	2,4	5,1	6,7	33,6
weet niet/wil niet zeggen	2,5	1,0	37,9	3,2	3,3	12,9
Totaal	100	100	100	100	100	100

De woonboulevards in de Randstad doen het op alle fronten goed. Vrijwel op alle onderdelen ontvangen zij van de respondent een 8. Een uitzondering is ook hier het parkeertarief: dat scoort een 9 à 10. Bij woonboulevards, kenmerkend aan de periferie gelegen, is parkeren dus nog steeds heel goedkoop/gratis.



Voor de beoordeling van de individuele winkelgebieden verwijzen wij naar de winkelatlas.

7.1 Bereikbaarheid en parkeren

‘Goede bereikbaarheid’ en ‘makkelijk kunnen parkeren’ worden over het algemeen nauwelijks door consumenten genoemd als belangrijkste bezoekredenen, terwijl beide factoren vaak wel hoog scoren als gevraagd wordt naar zwakke punten van een winkelgebied. Beide factoren zijn zogenaamde *nuisance values* of *dissatisfiers*: als het aspect voldoet aan de verwachtingen wordt het niet extra gewaardeerd, maar als de ervaring negatief is daalt de waardering wel.

De beoordelingen uit het Koopstromenonderzoek van het parkeertarief en de parkeermogelijkheid voor de verschillende winkelcentra zijn in tabel 7.7 gekoppeld aan de door Goudappel Coffeng ontwikkelde Parkeermonitor©. De tabel laat voor een aantal winkelcentra in het onderzoeksgebied de parkeertarieven en de parkeerprestatie zien. De parkeertarieven zijn hierbij uitgedrukt in het hoogste tarief voor het eerste uur parkeren op terrein/straat en in garages. De parkeerprestatie valt te omschrijven als het aantal parkeerplaatsen per 100 m² winkeloppervlak.

Door de data uit de Parkeermonitor© te confronteren met de beoordelingen van de winkelcentra die de consument in het koopstromenonderzoek geeft, wordt het verschil tussen perceptie en feiten ten aanzien van parkeergedrag in beeld gebracht. Tabel 7.7 laat er geen twijfel over bestaan dat gratis parkeren door de consument als positief wordt beoordeeld. Alle centra waar niet betaald hoeft te worden voor het parkeren scoren gemiddeld een rapportcijfer van 9 of hoger op de beoordeling van het parkeertarief. Andersom geldt dat de consument de centra met een relatief hoog parkeertarief meestal een slecht rapportcijfer toekent, zelfs als daar een zeer ruim winkelaanbod tegenover staat. Dit staat haaks op de veronderstelling dat in grotere winkelcentra een hoger tarief wordt geaccepteerd. De consument is iets milder in zijn beoordeling als tegenover het parkeertarief een goede parkeerprestatie wordt geleverd.



Tabel 7.7 Parkeerprestatie en parkeertarief en beoordelingen winkelgebieden Randstad

Winkelcentrum	Parkeertarief		Parkeerprestatie	Beoordeling parkeertarief		Beoordeling parkeermogelijkheid	
	terrein/ straat	garages		Niet-Dagelijkse artikelen-	Dagelijkse artikelen-	Niet-Dagelijkse artikelen-	Dagelijkse artikelen-
Baarn-Centrum	gratis	gratis	1,4	8,9	9,5	7,3	7,8
Wassenaar-Centrum	gratis	gratis	4,7	8,9	9,4	7,7	7,7
Barendrecht-Centrum	gratis	gratis	5,2	9,0	9,0	5,9	6,9
IJsselstein-Centrum	gratis	gratis	7,3	9,1	8,9	7,4	6,7
Emiclaer	gratis	gratis	8,5	9,4	9,7	6,3	7,5
Leidsenhage	gratis	gratis	9	9,6	9,8	8,7	8,6
Struytse Hoeck	gratis	gratis	9,4	9,6	9,6	7,8	8,1
Capelle A/D IJssel-Centrum	gratis	gratis	10,3	9,1	9,0	7,1	7,6
Winkelhof	gratis	gratis	16,1	9,2	9,6	8,2	8,3
Veenendaal-Centrum	€0,60	€0,60	3,7	7,3	7,3	7,3	7,7
Walburghal/Hof van Holland	€0,60	€0,60	6,3	9,4	7,4	7,6	7,2
Ridderkerk-Centrum	€0,60	€0,60	6,4	6,8	6,6	7,5	7,8
Alphen aan den Rijn-Centrum	€0,75	€0,75	5	6,2	6,2	7,1	7,1
Schiedam-Centrum	€0,80	€1,-	3	6,0	5,9	6,3	6,8
Hoofddorp-Centrum	€0,90	€0,70	7,3	6,2	6,3	7,0	7,2
Woerden-Centrum	€0,90	-	6,5	5,8	6,1	6,2	6,1
Spijkenisse-Centrum	€1,-	€0,70	5,7	5,0	5,0	7,0	6,9
Haarlem-Centrum	€1,-	€1,-	6,5	5,0	5,0	5,5	6,2
Gouda-Centrum	€1,-	€1,20	3,1	5,1	5,5	5,6	6,2
Stadshart Zoetermeer	€1,-	-	12,6	8,2	8,6	8,2	8,2
Boulevard Zuid / Beijerlandse laan	€1,03	€0,50	2,3	4,1	6,5	6,7	6,9
Alexandrium I/Oosterhof	€1,03	€0,68	6,4	6,2	6,2	7,9	7,6
Zuidplein	€1,03	€1,20	5,9	5,7	5,6	7,4	7,7
In de Bogaard	€1,10	€1,25	4,8	5,2	4,9	7,4	7,8
Zeist-Centrum	€1,13	€1,4	3,9	5,4	5,6	6,5	6,9
Vlaardingenvan-Centrum	€1,15	€1,10	4,2	5,7	6,6	7,2	7,0
Hilversum-Centrum	€1,20	€1,20	4,4	5,1	4,7	6,1	6,6
Amstelveen-Stadshart	€1,40	€1,40	6,1	4,8	4,3	6,7	7,4
Den Haag-Centrum	€1,80	€3,-	4,4	4,3	4,8	5,3	5,7
Leiden-Centrum	€1,82	€2,-	4,5	4,7	5,5	6,5	5,5
Delft-Centrum	€2,-	€1,3	1,5	4,6	5,0	5,3	5,7
Dordrecht-Centrum	€2,-	€1,5	6,1	6,6	5,9	6,3	7,6
Amersfoort-Centrum	€2,-	€1,7	4,9	4,8	6,1	6,3	6,7
Utrecht Binnenstad	€2,27	€2,-	4,1	4,3	4,9	5,2	6,0
Rotterdam-Centrum	€2,31	€2,-	6,2	4,4	5,4	6,1	6,2

Als de parkeerprestatie van de winkelcentra wordt vergeleken met de beoordeling van de mogelijkheden om te parkeren dan valt op dat de consument de centra met zeer hoge parkeerprestaties weet te waarderen. Alle centra met meer dan 7 parkeerplaatsen per 100 m² winkelvloeroppervlak krijgen een rapportcijfer van 7 of hoger bij de beoordeling van de parkeermogelijkheden. Opmerkelijk is dat een lagere parkeerprestatie nauwelijks invloed lijkt te hebben op de beoordeling van de parkeermogelijkheid.



8 Kenmerken respondenten

8.1.1 Huishouden samenstelling

De gemiddelde huishoudgrootte onder de geënquêteerden bedroeg 2,5. dit is een fractie hoger dan het landelijke gemiddelde van 2,3 personen per huishouden.

Tabel 8.1: Aantal personen per huishouden geënquêteerden

Aantal personen	Percentage
1	24,3
2	34,9
3	14,9
4	17,6
5	6,1
6	1,5
7	0,4
8	0,1
9	0
10	0

8.1.2 Leeftijdsopbouw

De leeftijdsopbouw onder geënquêteerden is opgenomen in tabel 3.X (2,4 %). Onder geënquêteerden is 58,9 % 45 jaar en ouder.

Tabel 8.2: Leeftijdsopbouw geënquêteerden

leeftijdsopbouw	percentage
jonger dan 25 jaar	2,4
25 tot 35 jaar	15,7
35 tot 45 jaar	22,5
45 tot 60 jaar	31,6
60 jaar ouder	27,3
Geen antwoord	0,5
Totaal	100

8.1.3 Netto maandinkomen

Het gemiddeld netto maandinkomen van de huishoudens in het hele onderzoeksgebied is in tabel 3.x opgenomen. Van de respondenten gaf 10,9% geen antwoord, 7,6% gaf als antwoord 'Weet niet'.

Tabel 8.3: gemiddeld netto maandinkomen per huishoudens

Maandinkomen	Percentage
minder dan 1.000,- euro	7,3
1.000,- tot 1.250,- euro	7,4
1.250,- tot 1.500,- euro	10,2
1.500,- tot 2.000,- euro	15,2
2.000,- tot 2.500,- euro	13,2
2.500,- tot 3.000,- euro	9,9
Meer dan 3.000,- euro	18,4
weet niet	7,6
geen antwoord	10,9
Totaal	100



8.1.4 Etniciteit

Van de respondenten heeft 96% de Nederlandse nationaliteit, 3,7% van de respondenten is van niet Nederlandse afkomst. Slechts 0,3% van de respondenten geeft of weet geen antwoord op deze vraag.

Tabel 8.4: gemiddeld netto maandinkomen per huishoudens

bevolkingsgroep	percentage
Nederlands	96,1
Turks	0,2
Marokkaans	0,1
Surinaams	0,9
Antilliaans	0,2
Kaapverdiaans	0,1
Indonesisch/Moluks	0,2
Chinees	0,1
anders	1,8
weet niet	0,1
geen antwoord	0,2
Totaal	100