

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

Voor u ligt het eindrapport 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 detailhandelonderzoek en -beleid, waarmee optimaal wordt ingespeeld op de actuele trends en ontwikkelingen in de detailhandel en in het consumentengedrag. In het plan van aanpak (hoofdstuk 2) 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 marktaandelen 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).

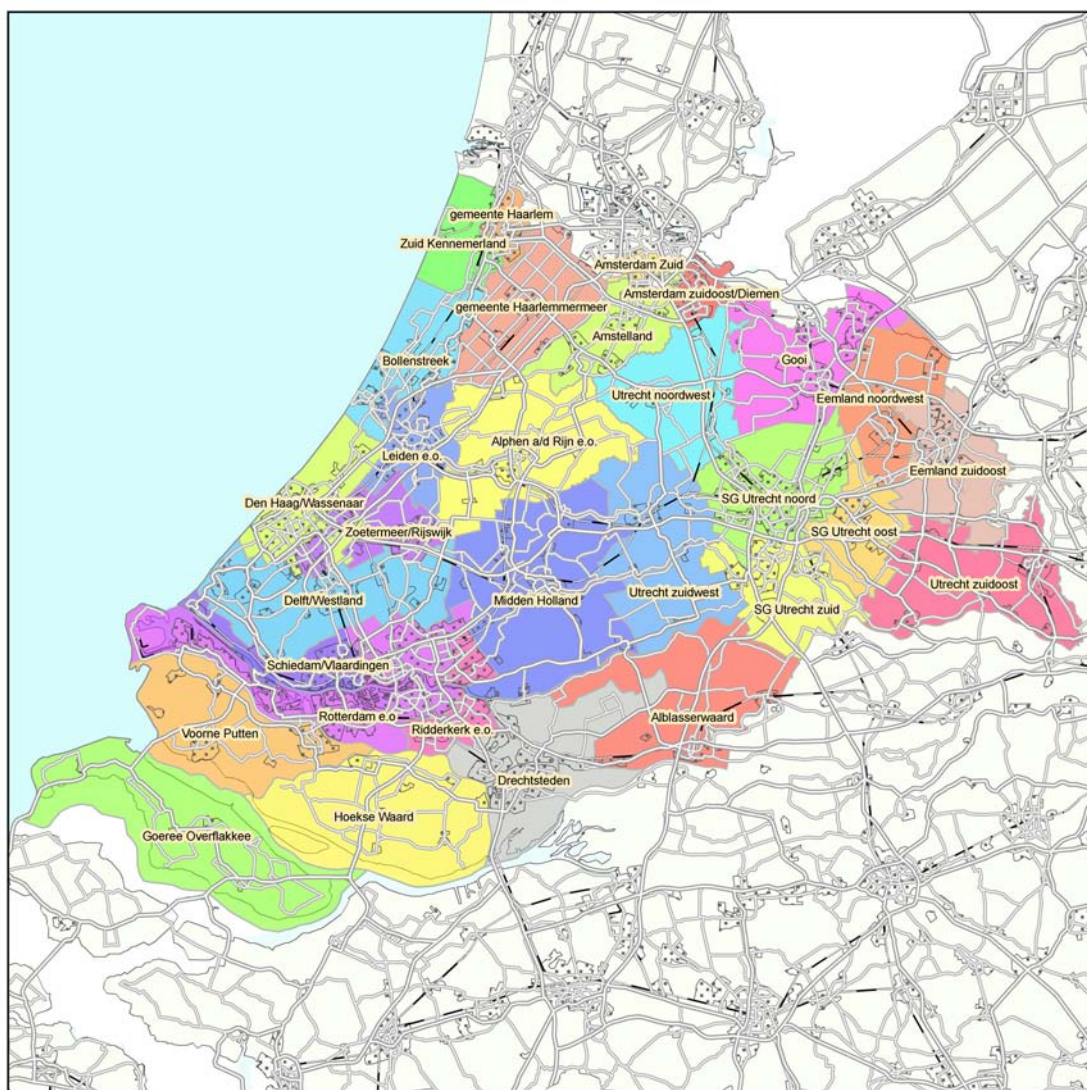
In tabel 2.1 staat per provincie een overzicht van de herkomstgebieden, en de bijbehorende (deel)gemeenten. Afbeelding 2.1 toont de ligging van de 30 herkomstgebieden.

*Tabel 2.1: Herkomstgebieden onderzoeksgebied*

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-Delfland (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
	Hoekse-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, Sasenheim, 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

provincie	herkomstgebied	gemeenten
Noord-Holland	Zuid Gooi	Hilversum, Laren, Wijdemeren, Bussum, Huizen, Blaricum, 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

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 deze gecontroleerde winkeloverzichten is de aanbodanalyse opgesteld.

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, is het winkelaanbod onderverdeeld naar de dagelijkse sector (voedings- en genotmiddelen, artikelen voor persoonlijke verzorging) en de niet-dagelijkse sector.

Voor de belangrijkste winkelgebieden in het onderzoeksgebied wordt de branchering naar 16 hoofdbranches uitgesplitst. Het gaat hier met name om binnensteden, (stadsdeel)centra en (grootschalige) perifere concentraties. Bij de winkelgebieden in Zuid-Holland wordt een vergelijking gemaakt met 1994 en 1999. Hierbij is de oude branche-indeling van het Detailhandels Informatie Systeem (DIS) dat in 1994 en 1999 gehanteerd werd, vertaald naar de huidige branche-indeling. De winkelgebieden in Utrecht en Noord-Holland Zuid vallen voor het eerst onder het onderzoeksgebied en worden derhalve 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 aselekt 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 twee onderscheiden eisen:

1. Representatieve afspiegeling van de bevolking per herkomstgebied;
2. Rekening houden met het aantal aankoopplaatsen per herkomstgebied.

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

Deze eisen 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 een 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 wegingmethodiek 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 onder-

zoeksgebied worden berekend. Door aan de aantallen verplaatsingen 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 sector en de niet-dagelijkse sector. De Nederlander besteedt jaarlijks gemiddeld € 2.059,-<sup>1</sup> aan dagelijkse artikelen. Het gemiddeld besteed bedrag in de niet-dagelijkse sector 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.

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 win-

<sup>1</sup> bron: Hoofdbedrijfschap Detailhandel, publicatie 'Bestedingen en marktaandeelen', 2004.

kelaanbod. De omzet wordt gedeeld door het aantal m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo)<sup>2</sup>. Deze omzet/m<sup>2</sup> 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 sector.

---

<sup>2</sup> 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 beschrijven wij het winkelaanbod<sup>3</sup> in de provincies Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Holland Zuid. Specifiek voor de provincie Zuid-Holland maken wij een vergelijking met de aanbodgegevens uit voorgaande onderzoeken.

In de vergelijkingen met voorgaand onderzoek blijkt het winkelaanbod in Zuid-Holland zeer sterk te zijn toegenomen. De 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 Locatus-gegevens 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 m<sup>2</sup> wvo. Daarmee is Zuid-Holland de provincie in Nederland met het meeste winkelaanbod. Van dit aanbod behoort 21% tot de dagelijkse sector en 79% tot de niet-dagelijkse sector. In vergelijking met vijf jaar geleden is de totale omvang van het winkelaanbod met circa 850.000 m<sup>2</sup> 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 in de regio's Den Haag/Wassenaar en Rotterdam e.o. de meeste winkelmeters aanwezig. Goeree-Overflakkee is de regio met de minste winkelmeters.

---

<sup>3</sup> winkelaanbod is exclusief leegstand

Tabel 3.1: Omvang winkelaanbod Zuid-Holland per regio

Regio's	Dagelijkse sector			Niet-dagelijkse sector			Eindtotaal		
	Aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo	% wvo	Aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo	% wvo	Aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo	% wvo
Alblasserwaard	187	30.908	3%	571	151.547	4%	758	182.455	4%
Alphen aan den Rijn e.o.	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 weergegeven. Uit de gegevens is duidelijk de tendens van schaalvergroting waar te nemen. Zo is het winkelaanbod in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector respectievelijk met 15 en 25% toegenomen. Het aantal winkels is daarentegen in de dagelijkse sector met 10% afgenomen, en in de niet-dagelijkse sector licht gestegen (+ 3%).

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

Regio's	Dagelijkse sector		Niet-dagelijkse sector		Totaal	
	Aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo
Alblasserwaard	85	112	105	121	99	119
Alphen aan den 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 dagelijkse sector

Verhoudingsgewijs is in de regio Delft/Westland de groei van het aantal *winkelometers* in de dagelijkse sector 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 sector in de regio Schiedam/Vlaardingen het sterkst toegenomen, met circa 22.500 m<sup>2</sup> wvo. Het aantal dagelijkse winkelmeters in Voorne-Putten is met circa 2.000 m<sup>2</sup> wvo het minst toegenomen. In geen van de regio's is de afgelopen vijf jaar het aantal winkelmeters in de dagelijkse sector afgenomen.

Het *aantal verkooppunten* in de dagelijkse sector is verhoudingsgewijs in alle regio's afgenomen, met uitzondering van de regio Goeree-Overflakkee. De afname is het sterkst in de regio Alphen aan den 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 sector. Hier zijn sinds 1999 slechts 6 verkooppunten minder waargenomen. De sterkste daling van het aantal verkooppunten is in de regio Schiedam/Vlaardingen gesignaleerd. 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 m<sup>2</sup> 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 <sup>2</sup> wvo	Wvo per supermarkt	Aantal supermarkten	Aantal m <sup>2</sup> wvo	wvo per supermarkt	Aantal m <sup>2</sup> 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	1.058	552.002	522	779	608.230	781	-279	56.228

De gemiddelde omvang van de supermarkten in Zuid-Holland is gestegen van 522 m<sup>2</sup> wvo in 1999 tot 781 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 sector*

Zoals uit tabel 3.2 blijkt is in de afgelopen vijf jaar het winkelaanbod in de regio Bollenstreek verhoudingsgewijs het sterkst gestegen (+ 44%). Delft/Westland (+ 40%) en Hoekse-Waard (+ 42%) zijn twee 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 m<sup>2</sup> wvo, *winkelvloeroppervlak*), Rotterdam e.o. (107.000 m<sup>2</sup> wvo) en Delft/Westland (87.000 m<sup>2</sup> wvo). Regio's Zoetermeer/Rijswijk (14.000 m<sup>2</sup> wvo) en Goeree-Overflakkee (14.000 m<sup>2</sup> wvo) kende de minste absolute groei van het winkeloppervlak in de niet-dagelijkse sector.

#### *Provincie Utrecht*

In de provincie Utrecht is circa 1,6 miljoen m<sup>2</sup> winkeloppervlak aanwezig. Hiervan behoort 25% tot de dagelijkse sector, en 75% tot de niet-dagelijkse sector. In stadsgewest Utrecht-Noord is het meeste winkelaanbod gevestigd. Tot dit stadsgewest behoort de gemeente Utrecht.

Voor de provincie Utrecht blijven vergelijkingen met 1999 vanzelfsprekend achterwege, aangezien in deze provincie in 1999 geen integraal koopstromenonderzoek is uitgevoerd.

Tabel 3.4: Omvang winkelaanbod Utrecht per regio in 2004

Regio's	Dagelijkse sector			Niet-dagelijkse sector			Eindtotaal		
	Aantal winkels	m2 wvo	% wvo	Aantal winkels	m2 wvo	% wvo	Aantal winkels	m2 wvo	% wvo
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-Zuidwest	141	22.352	7%	398	107.550	8%	539	129.902	8%
Utrecht-Zuidoost	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 m<sup>2</sup> winkeloppervlak aanwezig. Hiervan behoort 22% tot de dagelijkse sector en 78% tot de niet-dagelijkse sector. Het Gooi is de regio met de meeste winkelometers. 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 sector			Niet-dagelijkse sector			Totaal		
	Aantal winkels	m2 wvo	% wvo	Aantal winkels	m2 wvo	% wvo	Aantal winkels	m2 wvo	% wvo
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%
Asterdam-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 één van de belangrijkste trends binnen de detailhandel genoemd. 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 m<sup>2</sup> wvo) is toegenomen. De schaalvergroting is relatief gezien iets sterker in de dagelijkse sector (28%) dan in de niet-dagelijkse sector (21%).

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

	1994	1999	2004
Dagelijkse sector	102 m <sup>2</sup>	120 m <sup>2</sup>	153 m <sup>2</sup>
Niet-dagelijkse sector	165 m <sup>2</sup>	192 m <sup>2</sup>	233 m <sup>2</sup>
Totaal	144 m <sup>2</sup>	169 m <sup>2</sup>	210 m <sup>2</sup>

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 meeste 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 m<sup>2</sup>/wvo/vkp).

Tabel 3.7: Schaalvergroting winkelaanbod per verkooppunt 1999-2004

Regio's	Dagelijkse sector			Niet-dagelijkse sector			Totaal		
	m <sup>2</sup> /vkp	Toename m <sup>2</sup> wvo	Toename % wvo	m <sup>2</sup> /vkp	Toename m <sup>2</sup> wvo	Toename % wvo	m <sup>2</sup> /vkp	Toename m <sup>2</sup> wvo	Toename % 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 sector 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 m<sup>2</sup> toegenomen. De geringste schaalvergroting is waargenomen in de regio Den Haag/Wassenaar (+ 22 m<sup>2</sup> wvo).

In de niet-dagelijkse sector is in de regio Hoekse-Waard procentueel de schaalvergroting het grootst (42%). Zeer gering is de procentuele toename in de regio Zoetermeer/Rijswijk, met 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 m<sup>2</sup> wvo toegenomen. De geringste schaalvergroting is waargenomen in de regio Zoetermeer/Rijswijk (+ 11 m<sup>2</sup> wvo).

## 4 Consumentengedrag

### 4.1 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 sector. 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 sector 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 terechtkomen (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.

#### 4.1.1 Koopstromen provincie Zuid-Holland

Tabel 4.1: Koopstromen regio's Zuid-Holland, dagelijkse sector 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	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		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	0,1	2	1	0,7	96	98	97,3
Alblasserwaard	-	-		-	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	1	0	0,3	0	0	0,1	0	-	0,8	0	-	0,1
Hoekse-Waard	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	-	0,1	0	-	0,0	0	0	
Alphen aan den Rijn e.o.	0	-	0,0	1	0		1	0	0,0	2	1	1,4	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		-	-		-	-	
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	-		-	-	
Gooi									0,0															
Amsterdam-Zuidoost/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			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			0,0			0,0
Utrecht-Zuidwest									0,0			0,6						0,0			0,0			
Utrecht-Zuidoost									0,0			0,0			0,0			0,0			0,0			0,0
Eemland-Zuidoost			0,0						0,0			0,0			0,0			0,0			0,1			
Eemland-Noordwest									0,0			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			0,0			
SG Utrecht-Noord			0,0			0,1			0,0			0,1			0,0			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

Vervolg tabel 4.1 koopstromen dagelijkse sector regio's Zuid-Holland

0 = < 0,5%

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			
Den Haag/Wassenaar	0	0		0	0	0,1	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	0,2	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	0,2	0	0	0,0	0	0	0,1			
Midden-Holland	1	0	0,2	0	0		0	0	0,1	0	0	0,2	2	2	1,5	0	0	0,2	0	0	0,1			
Schiedam/Vlaardingen				1	0	0,2	0	0		1	0	0,3	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	0,3	0	0	0,4	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			
Alblasserwaard	85	96	93,3				0	0	0,5				0											
Voorne-Putten				94	98	93,8	1	0	0,0	1	1	2,6			0,0				0	0				
Hoekse-Waard	0	0	0,0	0	0	0,0	92	99	95,1			0,1	0			0			0					
Goeree-Overflakkee	0	0		0	0	0,5	0	0	0,0	95	91	92,6	0	0		0	0		0					
Alphen aan den Rijn e.o.	0	0		0	0		0	0		0			90	94	91,1	1		0,2	1	0	0,4			
Bollenstreek		0		0	0		0						0	0	0,7	93	98	95,2	3	1	3,6			
Leiden e.o.				0	0	0,0							3	2	2,3	3	1	1,4	91	97	92,7			
Gooi															0,1						0,1			
Amsterdam-Zuidoost/Diemen																		0,0			0,1			
Gemeente Haarlemmermeer						0,0												0,5			0,1			
Gemeente Haarlem																		0,0			0,0			
Amsterdam-Zuid			0,0															0,1			0,1			
Amstelland																		0,7			0,0			
Zuid-Kennemerland						0,0												0,0						
Utrecht-Noordwest																		0,5						
Utrecht-Zuidwest																		0,1			0,0			
Utrecht-Zuidoost						0,1						0,1								0,0				
Eemland-Zuidoost																					0,0			
Eemland-Noordwest																								
SG Utrecht-Oost																		0,0			0,0			
SG Utrecht-Zuid			1,3																	0,0	0,0			
SG Utrecht-Noord			0,2			0,1															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 tabel 4.1. naar voren komt is dat koopkrachtbindingscijfers in de dagelijkse sector ten opzichte van 1999 in de meeste regio's licht zijn gedaald. Desondanks blijft de consument voor de dagelijkse boodschappen sterk georiënteerd op het winkelaanbod in de eigen regio. Wat daarbij opvalt is dat de bindingcijfers terugkeren richting het niveau van 1994.

Tabel 4.2: Koopstromen regio's Zuid-Holland, niet-dagelijkse sector 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	0,3	0	0	0,1	0	0	0,1	0		
Alphen aan den 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	
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
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			
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 4.2 koopstromen niet-dagelijkse sector regio's Zuid-Holland

Aankoopregio's	Herkomstgebieden																				
	Alblasserwaard			Voorne -Putten			Hoekse-Waard			Goeree -Overflakkee			Alphen aan den 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	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	-	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 aan den Rijn e.o.	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	-	11	8	11,8	12	10	7,8	73	77	75,6
Gooi			0,1									0,0			0,1			0,1			0,0
Amsterdam-Zuidoost/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 sector is het beeld vergelijkbaar met de dagelijkse sector. De koopkrachtbindingcijfers zijn in vrijwel alle regio's gedaald, en bevinden zich min of meer 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-Zuidoost/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 echter minder hoog dan in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. De bindingpercentages in de Zuid-Hollandse regio's variëren voor de woonboulevards tussen de 35 en 60%.

## 4.1.2 Koopstromen provincie Utrecht

Tabel 4.4: Koopstromen tussen regio's Utrecht, dagelijkse sector 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	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 aan den 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 sector 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	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 aan den 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 %.

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		0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	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		0,0
Midden Holland	0,5	5,3	0,1	0,2	0,0	0,1	0,1	0,1
Schiedam/Vlaardingen				0,0			0,1	0,1
Rotterdam e.o.	0,9	2,5	0,2	0,9	0,4	0,7	1,4	0,9
Ridderkerk e.o.	0,1	0,5		0,1	0,1		0,0	0,1
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	0,0
Voorne Putten								
Hoekse-Waard								
Goeree-Overflakkee				0,1				
Alphen aan den Rijn e.o.	0,8	0,7		0,1	0,1			0,1
Bollenstreek		0,2		0,0	0,0		0,1	0,1
Leiden e.o.	0,4	1,2	0,1	0,1	0,1		0,1	0,1
Gooi	4,3	0,1	0,6	0,5	7,4	0,5	0,2	0,9
Amsterdam-Zuidoost/Diemen	13,7	0,7	0,1	2,9	3,4	0,6	0,7	0,9
Gemeente Haarlemmermeer	1,2	0,1		0,1	0,0	0,0		0,0
Gemeente Haarlem	0,7		0,1	0,0				0,1
Amsterdam-Zuid	5,6	0,1	0,3	0,8	0,7	0,4	0,3	0,4
Amstelland	9,7	0,5	0,1	0,0	0,2	0,3	0,0	0,3
Zuid-Kennemerland	0,1	0,1		0,1		0,0		
Elders	9,3	9,6	29,9	27,3	17,1	12,6	14,5	10,7
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 gemeente Utrecht een 'Monitor kernwinkelapparaat' uitgevoerd in 2001. Het is interessant om de koopkrachtbindingcijfers voor deze gemeente uit 2001, te vergelijken met de uitkomsten van het huidige onderzoek:

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

Koopkrachtbinding	Dagelijkse sector		Niet-dagelijkse sector	
	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 sector van 51 naar 44% aan het centrum van Utrecht, die wordt gecompenseerd door een stijging in 'overig Utrecht' en 'buiten de gemeente Utrecht'. Een duidelijke toename van koopkrachtafvloeiing van de inwoners van Utrecht naar buiten de stad. De op handen zijnde renovatie en uitbreiding van Hoog Catharijne zal dit beeld de komende jaren waarschijnlijk 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.

## 4.1.3 Koopstromen Noord-Holland Zuid

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

0 = &lt; 0,5%

Aankoopregio's	Herkomstgebieden							
	Gooi	Amsterdam- Zuidoost/Diemen	Gemeente Haarlem- mermeer	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 sector in %.*

Aankoopregio's	Herkomstgebieden							
	Gooi	Amsterdam- Zuidoost/Diemen	Gemeente Haarlem- mermeer	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- Zuidoost/Diemen	Gemeente Haarlem- mermeer	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<sup>4</sup> 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 aannemelijk dat er een vergelijkbare 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 'boom'periode 1994-1999.

De omzetgroei in geheel Nederland bedroeg in 1999-2004 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. Een verklaring voor de toegenomen koopkrachttoevloeiing naar de Randstad is de sterkere groei van het aantal winkelmeters dan elders in Nederland (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 sector bedraagt in de Randstad € 11,2 miljard, tegen € 14,4 miljard in de niet-dagelijkse sector (inclusief de woonbranche). Voor Zuid-Holland bedraagt de omzet respectievelijk € 7,1 en € 8,6 miljard. Ten opzichte van 1999 zijn de sectoren in Zuid-Holland met 18 respectievelijk 20% gegroeid (tussen 1994-1999 bedroeg de groei respectievelijk 17 en 30%). Let wel: zonder de koopkrachttoevloeiing van buiten de Randstad zou de niet-dagelijkse sector slechts met 11% zijn gegroeid.

<sup>4</sup> de in de tekst vermelde omzetstijgingen tussen 1999 en 2004 betreffen de in die jaren gerealiseerde omzetten. Ten behoeve van de interpretatie van trends zijn lezers er op gewezen dat de prijzen zijn veranderd: Uit CBS-gegevens is bekend dat de prijsstijging tussen de onderzoeksjaren (april 1999-april 2004) 15,0% is geweest.

In de hiernavolgende tabellen ziet u de omzetvolumes per provincie en per regio weergegeven, voor de dagelijkse- en niet-dagelijkse sector.

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

Regio's Zuid-Holland	Dagelijkse sector	Niet-dagelijkse sector	Totaal
Alblasserwaard	219	260	478
Alphen aan den Rijn e.o.	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
<b>Totaal provincie Zuid-Holland</b>	<b>7.026</b>	<b>8.558</b>	<b>15.584</b>

\* Omzet in miljoenen euro's

*Tabel 5.2: Detailhandelsomzet\* per regio en per sector provincie Utrecht*

Regio's Utrecht	Dagelijkse sector	Niet-dagelijkse 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-Zuidwest	163	245	408
Utrecht-Zuidoost	260	407	667
<b>Totaal provincie Utrecht</b>	<b>2.328</b>	<b>3.324</b>	<b>5.652</b>

\* Omzet in miljoenen euro's

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

Regio's Noord-Holland Zuid	Dagelijkse sector	Niet-dagelijkse 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
<b>Totaal Noord-Holland Zuid</b>	<b>1.818</b>	<b>2.512</b>	<b>4.330</b>

\* Omzet in miljoenen euro's

*Tabel 5.4: Detailhandelsomzet\* onderzoeksgebied*

Provincie/gebied	Dagelijkse sector	Niet-dagelijkse 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
<b>Totaal onderzoeksgebied</b>	<b>11.172</b>	<b>14.395</b>	<b>25.566</b>

\* Omzet in miljoenen euro's

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

	Dagelijkse sector		Niet-dagelijkse sector		Totaal	
	Omzet		Omzet		Omzet	
	Omzet 2004	tov 1999	omzet 2004	tov 1999	omzet 2004	tov 1999
Alblasserwaard	219	96	260	105	478	101
Alphen aan den Rijn e.o.	277	118	343	108	620	112
Bollenstreek	347	123	421	141	768	132
Delft/Westland	611	131	673	132	1.284	131
Den Haag/Wassenaar	957	115	1.168	106	2.124	110
Drechtsteden	611	127	678	119	1.290	123
Goeree-Overflakkee	93	126	99	124	192	125
Hoekse-Waard	170	116	176	117	346	116
Leiden e.o.	428	110	544	111	972	110
Midden-Holland	472	113	465	109	936	111
Ridderkerk e.o.	384	128	399	135	783	131
Rotterdam e.o.	1.239	118	1.901	109	3.140	113
Schiedam/Vlaardingen	396	108	402	101	798	105
Voorne-Putten	315	118	343	123	658	121
Zoetermeer/Rijswijk	508	114	687	107	1.195	110
<b>Totaal Zuid-Holland</b>	<b>7.026</b>	<b>118</b>	<b>8.558</b>	<b>113</b>	<b>15.584</b>	<b>115</b>

\* Omzet in miljoenen euro's

Over de gehele linie neemt de omzet in de 15 Zuid-Hollandse regio's toe. Per regio en sector zijn echter duidelijke verschillen waar te nemen. In de dagelijkse sector 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 sector zijn het de regio's Drechtsteden en Delft/Westland die een sterke groei laten zien.

Oorzaken voor toename van de omzet in de regio's ligt met name in de ontwikkeling van toonbankbestedingen, de toevoeging van nieuwe winkelmeters en een toename van de (boven)regionale koopkrachttoevloeiing 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 sector gemiddeld € 7.160,- en voor de niet-dagelijkse sector € 2.530,-. Voor de provincie Zuid-Holland bedroeg de vloerproductiviteit in 1999 respectievelijk € 6.975,- en € 2.560,-. In vijf jaar tijd is de vloerproductiviteit in de dagelijkse sector met 2,5% toegenomen, terwijl deze in de niet-dagelijkse sector sprake is van een afname met 1%. Tussen 1994 en 1999 bedroeg de groei in de dagelijkse sector eveneens 2,5%, maar bedroeg de groei in de niet-dagelijkse sector nog 6%. De substantiële schaalvergroting in de niet-dagelijkse sector (25% in vijf jaar tijd) heeft niet geleid tot een evenredige omzetgroei, getuige de afname van de vloerproductiviteit tussen 1999 en 2004. In de dagelijkse sector is nog steeds sprake van groei van de vloerproductiviteit, ondanks toenemende schaalvergroting.

In onderstaande 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 sector		Niet-dagelijkse sector	
	vloer- productiviteit	groei tov 1999	vloer- productiviteit	groei tov 1999
Alblasserwaard	€ 7.100	86	€ 1.700	85
Alphen aan den Rijn e.o.	€ 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

*Tabel 5.2: Kerncijfers vloerproductiviteit 2004 per regio, provincie Utrecht*

	Dagelijkse sector	Niet-dagelijkse sector
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	€ 6.600	€ 2.600
Utrecht-Zuidwest	€ 7.300	€ 2.300

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

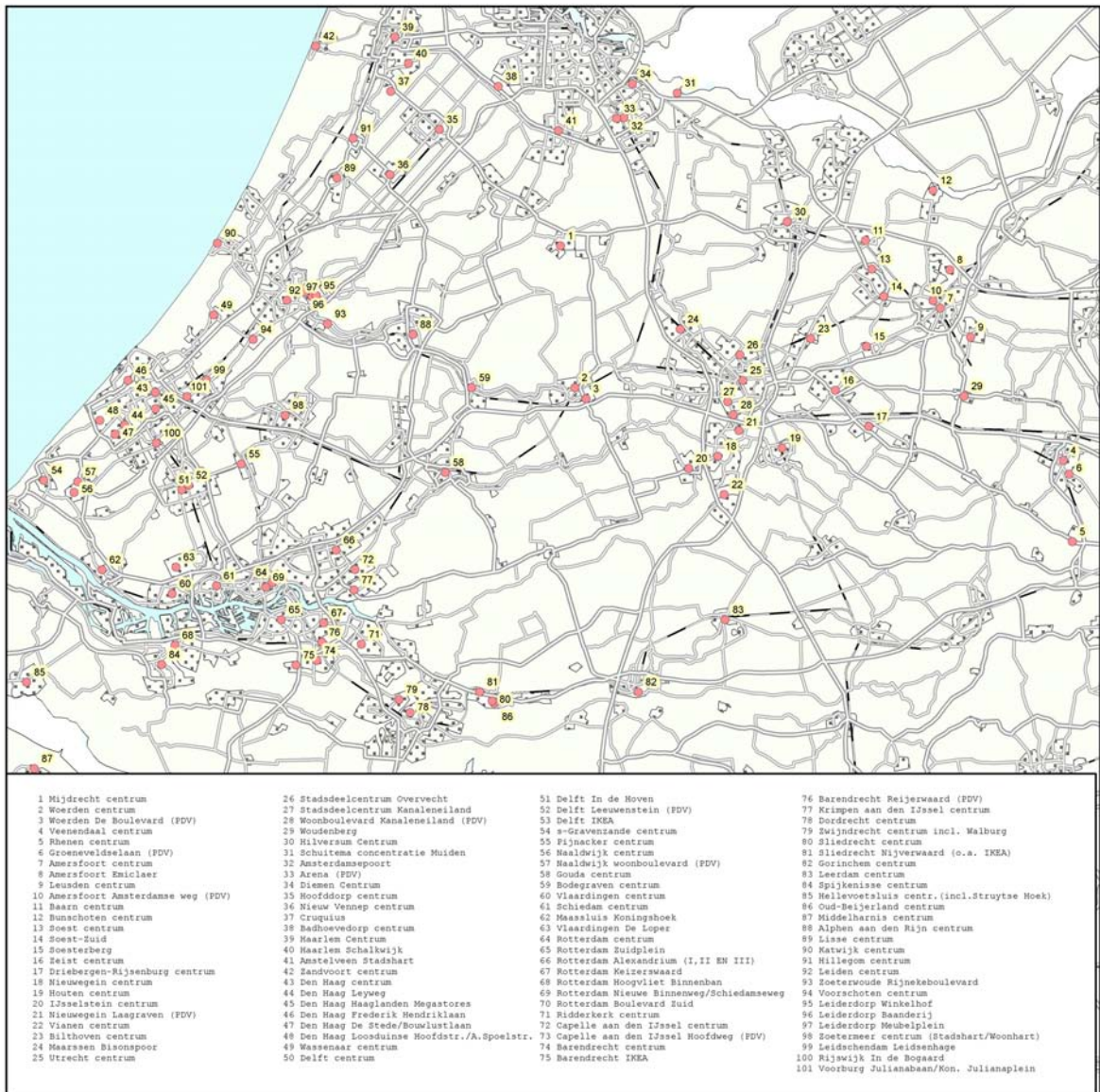
	Dagelijkse sector	Niet-dagelijkse sector
Amstelland	€ 7.400	€ 2.200
Amsterdam-Zuid	€ 6.600	€ 3.200
Amsterdam-Zuidoost/Diemen	€ 3.800	€ 2.000
Gemeente Haarlem	€ 7.100	€ 3.000
Gemeente Haarlemmermeer	€ 6.200	€ 2.300
Gooi	€ 6.800	€ 2.500
Zuid-Kennemerland	€ 6.300	€ 2.500

## 5.3 Winkelcentra en omzetvolumes

### 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.

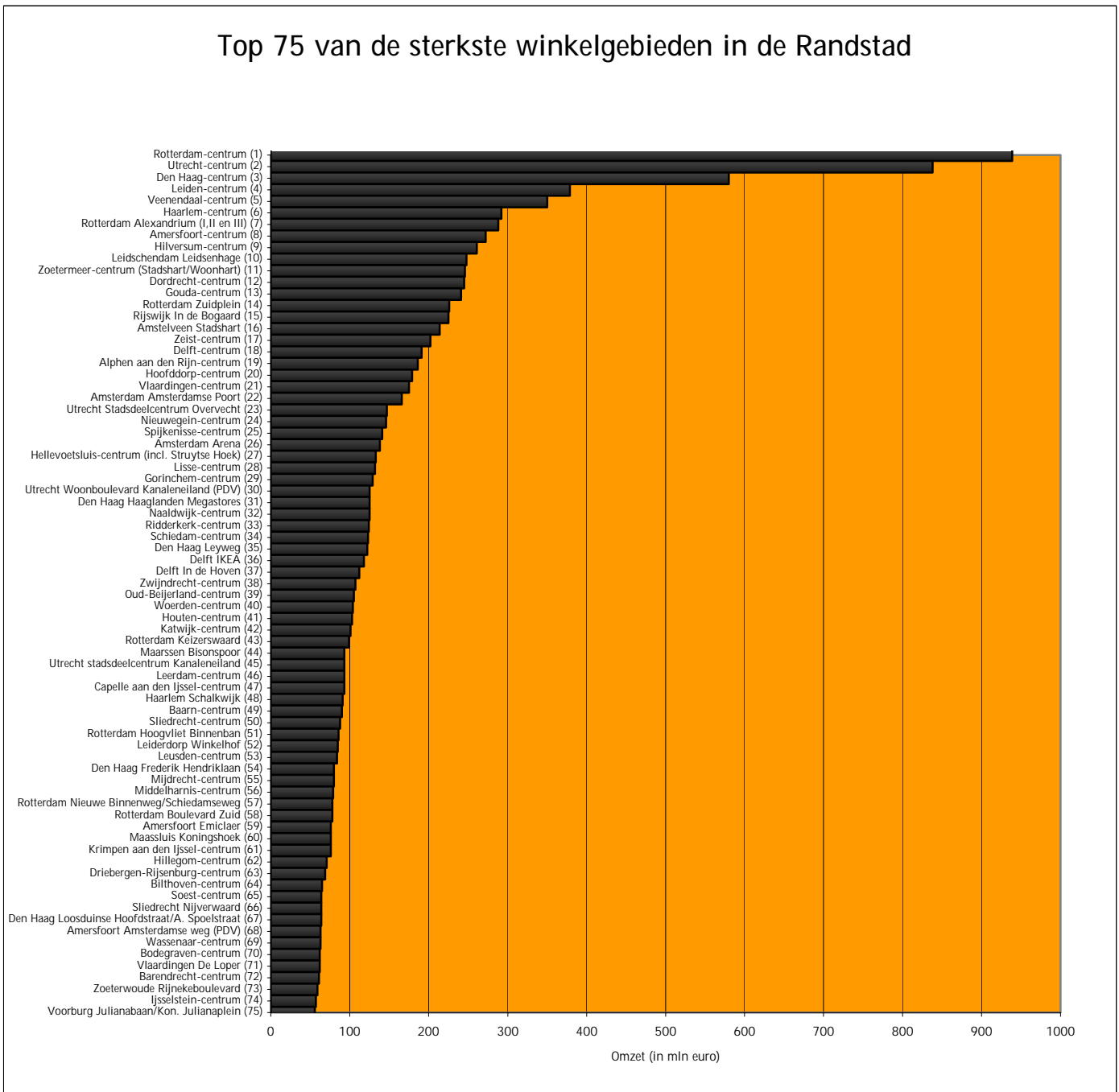
Afbeelding 5.1: Ligging van de winkelgebieden met de hoogste omzet



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-centrum, 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 Bogaard staan hoog op de ranglijst.

Afbeelding 5.2: Top 75

Top 75 van de sterkste winkelgebieden in de Randstad



## 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	Oud-Beijerland-centrum	105
2	Utrecht-centrum	838	40	Woerden-centrum	104
3	Den Haag-centrum	580	41	Houten-centrum	103
4	Leiden-centrum	379	42	Katwijk-centrum	101
5	Veenendaal-centrum	350	43	Rotterdam Keizerswaard	99
6	Haarlem-centrum	292	44	Maarssen Bisonspoor	93
7	Rotterdam Alexandrium (I,II en III)	288	45	Utrecht stadsdeelcentrum Kanaleneiland	93
8	Amersfoort-centrum	272	46	Leerdam-centrum	93
9	Hilversum-centrum	261	47	Capelle aan den IJssel-centrum	93
10	Leidschendam Leidsenhage	248	48	Haarlem Schalkwijk	91
11	Zoetermeer-centrum (Stadshart/Woonhart)	246	49	Baarn-centrum	90
12	Dordrecht-centrum	245	50	Sliedrecht-centrum	88
13	Gouda-centrum	241	51	Rotterdam Hoogvliet Binnenban	86
14	Rotterdam Zuidplein	226	52	Leiderdorp Winkelhof	85
15	Rijswijk In de Bogaard	225	53	Leusden-centrum	84
16	Amstelveen Stadshart	214	54	Den Haag Frederik Hendriklaan	80
17	Zeist-centrum	202	55	Mijdrecht-centrum	80
18	Delft-centrum	191	56	Middelharnis-centrum	79
19	Alphen aan den Rijn-centrum	186	57	Rotterdam Nieuwe Binnenweg/Schiedamseweg	78
20	Hoofddorp-centrum	179	58	Rotterdam Boulevard Zuid	78
21	Vlaardingen-centrum	175	59	Amersfoort Emiclaer	76
22	Amsterdam Amsterdamse Poort	166	60	Maassluis Koningshoek	76
23	Utrecht Stadsdeelcentrum Overvecht	147	61	Krimpen aan den IJssel-centrum	76
24	Nieuwegein-centrum	146	62	Hillegom-centrum	71
25	Spijkensisse-centrum	141	63	Driebergen-Rijsenburg-centrum	69
26	Amsterdam Arena	138	64	Bilthoven-centrum	65
27	Hellevoetsluis-centrum (incl. Struytse Hoek)	133	65	Soest-centrum	64
28	Lisse-centrum	132	66	Sliedrecht Nijverwaard	64
29	Gorinchem-centrum	129	67	Den Haag Loosduinse Hoofdstraat/A. Spoelstraat	64
30	Utrecht Woonboulevard Kanaleneiland (PDV)	125	68	Amersfoort Amsterdamseweg (PDV)	63
31	Den Haag Haaglanden Megastores	125	69	Wassenaar-centrum	63
32	Naaldwijk-centrum	125	70	Bodegraven-centrum	62
33	Ridderkerk-centrum	124	71	Vlaardingen De Loper	62
34	Schiedam-centrum	123	72	Barendrecht-centrum	61
35	Den Haag Leyweg	122	73	Zoeterwoude Rijnkeboulevard	59
36	Delft IKEA	118	74	IJsselstein-centrum	57
37	Delft In de Hoven	112	75	Voorburg Julianabaan/Kon. Julianaplein	56
38	Zwijndrecht-centrum	107			

\* 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	Spijkenisse-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 Rijnekeboulevard	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 en is net voor Leidschendam Leidsenhage (nr. 5) het best functionerende niet-binnenstedelijk winkelcentrum. 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 Amsterdamseweg (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. Veenendaal scoort opvallend hoog, hetgeen voor een belangrijk deel het gevolg is van de krachtige regionale functie.

### 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	Amsterdam	Arenaboulevard (PDV)	138
7	Haarlem	Haarlem Schalkwijk	91
8	Haarlemmermeer	Cruquius	54
9	Haarlemmermeer	Nieuw Vennep-centrum	43
10	Zandvoort	Zandvoort-centrum	40
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 ook 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. De koopkrachtbinding aan de eigen woonboulevards is gemiddeld voor de Randstad 49%, voor Zuid-Holland 52%, Utrecht 44% en Noord-Holland Zuid 42%. Meer dan de helft van de woonboulevardklanten komt van buiten de vestigingsplaats.

De omzet van de woonboulevards, in 1999 in Zuid-Holland nog getypeerd als 'fiks stijgend', heeft over de gehele linie te lijden gehad onder het gedaalde consumentenvertrouwen van de afgelopen jaren. Voorafgaand aan het tegenvallende economische tij is het aanbod op deze boulevards fors uitgebreid. De dalende vloerproductiviteit in de gehele niet-dagelijkse sector vindt hierin voor een belangrijk deel zijn oorzaak. Niet overal gaat het slechter. Wij hebben de woonboulevards met het grootste omzetvolume in de Randstad in tabel 5.8 voor u op een rijtje gezet (bij sommigen is er sprake van een mix van PDV en GDV):

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

nr	Winkelcentrum	Omzet 2004*
1	Rotterdam Alexandrium (II en III)	242
2	Amsterdam Arenaboulevard (PDV)	138
3	Utrecht Woonboulevard Kanaleneiland (PDV)	125
4	Den Haag Haaglanden Megastores	125
5	Delft IKEA	118
6	Amersfoort Amsterdamse weg (PDV)	63
7	Zoeterwoude Rijnkeboulevard	59
8	Leiderdorp Meubelplein	55
9	Haarlemmermeer Cruquius Woonboulevard	54
10	Woerden De Boulevard (PDV)	46

\* Omzet in miljoenen euro's

Rotterdam-Alexandrium II en III weet een hoge omzet te behalen en wordt op enige afstand gevolgd door Amsterdam Arena Boulevard, Woonboulevard Utrecht Kanaleneiland en de Haaglanden Megastores.

#### 5.4 Winkelcentra: Marktaandelen

Wij hebben voor de drie provincies afzonderlijk de marktaandelen in de niet-dagelijkse sector vergeleken. De tabel voor Zuid-Holland geeft een vergelijking met de vier voorgaande edities. Geconcludeerd kan worden, dat in Zuid-Holland de stadsge-westverzorgende centra (Den Haag-centrum en Rotterdam-centrum) iets aan marktaandeel hebben verloren, evenals de centra van 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: Marktaandeelen in de niet-dagelijkse sector, provincie Zuid-Holland

Winkelgebied	1978	1988	1994	1999	2004
<i>Stadsgeestverzorgende 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 aan den Rijn-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 sector, provincies Utrecht en Noord-Holland Zuid

Marktaandelen Utrecht		Marktaandelen Noord Holland Zuid	
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 Emiclaer	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 Amsterdamseweg	1,9%	Cruquius	2,1%
Nieuwegein Laagraven	1,4%	Subtotaal	7,6%
Groeneveldselaan	0,8%		
Subtotaal	7,9%		
Totaal	67,8%	Totaal	44,4%

In de provincie Utrecht valt de sterke positie van Utrecht-centrum op, evenals de krachtige rol van Veenendaal-centrum en Amersfoort-centrum. In Noord-Holland Zuid ontbreekt in dit onderzoek de binnenstad van Amsterdam en blijken Haarlem-centrum, Hilversum-centrum en Amstelveen Stadshart een belangrijke functie voor de regio te vervullen.

## 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 voorzieningsniveau, 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 sector 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 à 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 sector

Regio's		Dagelijkse sector		Niet-dagelijkse sector	
		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 aan den 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 sector 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 en telecomartikelen. 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 sector	Niet-dagelijkse sector
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
<b>totaal</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### 5.6.1 Internetaankopen

Toch is het interessant de internetaankopen nader te bekijken. Het internet heeft het afgelopen decennium 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%
<b>Totaal dagelijkse sector</b>	<b>7%</b>
- 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%
<b>Totaal niet-dagelijkse sector</b>	<b>93%</b>
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>

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 sector. 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 drie 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 woonboulevards.

Dit leverde voor het hele onderzoeksgebied de volgende resultaten op:

*Tabel 6.1: Bezoekfrequentie dagelijkse sector*

	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
<b>totaal</b>	<b>100</b>

*Tabel 6.2: Bezoekfrequentie niet-dagelijkse sector*

	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
<b>totaal</b>	<b>100</b>

*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
<b>totaal</b>	<b>100</b>

De uitkomsten van de bezoekfrequentie laten een duidelijk beeld zien. Consumenten bezoeken de dagelijkse voorzieningen het meest frequent. Circa 50% van de consumenten doet ook daadwerkelijk bijna dagelijks boodschappen. De bezoekfrequentie in de niet-dagelijkse 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 aan 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 sector*

	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
<b>totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Tabel 6.5: Bezoekfrequentie niet-dagelijkse sector*

	Zuid-Holland in %	Utrecht in %	Noord-Holland Zuid 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
<b>totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Tabel 6.6: Bezoekfrequentie woonboulevards

	Zuid-Holland in %	Utrecht in %	Noord-Holland Zuid 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 sector		niet-dagelijkse sector	
	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* (vaker met de auto erop uit), *diffuser* koopgedrag (meerdere supermarkten) of van het toegenomen *kwaliteitsbewustzijn* (verser, dus vaker per week kopen) van de consument.

Ook bij de niet-dagelijkse sector 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 'koophorizon' hebben.

Opgemerkt dient te worden, dat de categorie 'woonboulevards' in 1999 niet bestond en was opgenomen onder de niet-dagelijkse sector. 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 sector*

	Eerste reden in %	Tweede reden in %
dichtst bij huis	63,6	5,3
completeheid winkelaanbod	9,4	12,3
completeheid 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 sector*

	Eerste reden in %	Tweede reden in %
dichtst bij huis	26,5	6,3
completeheid winkelaanbod	38,4	17,7
completeheid 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 sector 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 bezoekenredenen 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 prijsniveau 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 cate-

gorie niet-dagelijks; in 2004 scoorden de synoniemen 'compleetheid aanbod artikelen' en 'compleetheid winkelaanbod' als belangrijkste reden 8 resp. 38%.

### 6.2.1 Vervoerswijze

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

	Vervoermiddel naar de belangrijkste aankoopplaats in de		
	dagelijkse sector in %	niet-dagelijkse sector in %	woonboulevards in %
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. Het kan zijndat deze gebieden slecht met het OV bereikbaar zijn, of dat het koopgedrag 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 sector*

	Vervoermiddel naar de belangrijkste aankoopplaats in de ....			
	dagelijkse sector		niet-dagelijkse sector	
	1999 (in %)	2004 (in %)	1999 (in %)	2004 (in %)
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 sector de fiets iets heeft gewonnen op 'te voet', en dat men 10% minder te voet gaat winkelen (niet-dagelijkse sector) dan in 1999. Wellicht wijst dit erop dat de actieradius cq. het aantal centra waar men gaat winkelen is uitgebreid en de consument het verder weg zoekt.

### 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, Randstad*

	In %
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 per regio de 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 af liggen. De regio's die het hoogst scoren in de categorie 'nooit' hebben een sterk 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 regio

Regio	2-4 keer per maand of vaker	maandelijks	1 keer per kwartaal	1 keer per half jaar	1 keer per jaar of minder	Nooit	Geen antwoord	Totaal
Alblasserwaard	0	3	10	9	11	67		100
Alphen aan den Rijn e.o.	1	9	9	9	10	61	1	100
Amstelland	3	9	18	8	10	53		100
Amsterdam-Zuid	11	15	17	6	7	43		100
Amsterdam-Zuidoost/ Diemen	6	14	17	8	10	43	1	100
Bollenstreek	5	6	8	7	8	67	0	100
Delft/Westland	2	9	14	9	9	56	0	100
Den Haag/Wassenaar	11	14	12	9	5	47	1	100
Drechtsteden	2	5	11	8	7	67		100
Eemland-Noordwest	0	2	5	9	10	73		100
Eemland-Zuidoost	0	5	10	10	15	60	0	100
Gemeente Haarlem	2	12	17	11	9	49	1	100
Gemeente Haarlemmermeer	1	8	11	12	11	57		100
Goeree-Overflakkee	2	2	6	5	8	76		100
Gooi	1	4	10	11	10	64		100
Hoekse-Waard	1	5	6	8	8	73		100
Leiden e.o.	1	8	16	11	8	54	1	100
Midden-Holland	2	4	11	8	11	64	1	100
Ridderkerk e.o.	4	10	13	7	7	59		100
Rotterdam e.o.	11	16	16	6	7	45	0	100
Schiedam/Vlaardingen	3	10	17	7	8	56		100
SG Utrecht-Noord	2	9	18	10	9	51		100
SG Utrecht-Oost	0	3	11	13	12	60		100
SG Utrecht-Zuid	3	4	16	9	13	56		100
Utrecht-Noordwest	1	1	11	11	11	64		100
Utrecht-Zuidoost	2	2	5	6	9	76	0	100
Utrecht-Zuidwest	0	2	10	8	16	63		100
Voorne-Putten	4	9	15	10	10	51		100
Zoetermeer/Rijswijk	3	9	16	9	8	54	1	100
Zuid-Kennemerland	2	3	8	9	9	70		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 in %	Tweede aankoopplaats zondag in %	Derde aankoopplaats zondag in %
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 aan den Rijn e.o.	Alphen aan den Rijn 49%	Amsterdam-centrum 8%	Rotterdam-centrum 8%
Bollenstreek	Noordwijk (ZH) 65%	Leiden-centrum 7%	Amsterdam-centrum 4%
Leiden e.o.	Leiden-centrum 49%	Den Haag-centrum 15%	Rotterdam-centrum 7%
Gooi	Hilversum-centrum 32%	Amsterdam-centrum 25%	Hilversum Bodemanstraat 15%
Amsterdam-Zuidoost/Diemen	Amsterdam-centrum 55%	Amsterdamsepoort 34%	Maxis Muiden 3%
Gemeente Haarlemmermeer	Amsterdam-centrum 23%	Haarlem-centrum 20%	Amstelveen Stadshart 17%
Gemeente Haarlem	Haarlem-centrum 48%	Haarlem-Amsterdamstraat 14%	Amsterdam-centrum 10%
Amsterdam-Zuid	Amsterdam-centrum 74%	Amstelveen Stadshart 14%	Amsterdam P.C. Hoofstraat 4%
Amstelland	Amstelveen Stadshart 54%	Amsterdam-centrum 23%	Amsterdamsepoort 8%
Zuid-Kennemerland	Zandvoort-centrum 46%	Haarlem-centrum 21%	Amsterdam-centrum 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	Amsterdam-centrum 58%	Utrecht-centrum 11%	Wijk bij Duurstede-centrum 9%
Eemland-Zuidoost	Amersfoort-centrum 66%	Amsterdam-centrum 8%	Amersfoort Amsterdamseweg 7%
Eemland-Noordwest	Hilversum-centrum 19%	Amersfoort-centrum 16%	Utrecht-centrum 14%
SG Utrecht-Oost	Zeist-centrum 37%	Utrecht-centrum 22%	Adriaan van Ostadelaan 13%
SG Utrecht-Zuid	Utrecht-centrum 52%	Nieuwegein-centrum 31%	Amsterdam-centrum 4%
SG Utrecht-Noord	Utrecht-centrum 76%	Amsterdam-centrum 6%	Stadsdeelcentrum Kanaleneiland 4%

### 6.2.3 Wisselwerking detailhandel en leisure

Voor het eerst is in het koopstromenonderzoek aandacht besteed aan het verband tussen detailhandel en leisure: wordt bezoek aan winkels en vrijetijdsbestemmingen gecombineerd? De indruk bestaat bij verschillende partijen dat dit vaak het geval is. 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 een winkelbezoek wordt gecombineerd. Bij een positief antwoord is vervolgens gevraagd naar de bezoekfrequentie.

'Leisure' is wordt vaak beschouwd als een containerbegrip en dekt een veelheid aan lading. In ons onderzoek wordt onder leisure verstaan<sup>5</sup>:

- 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 tabel 6.16 blijkt dat de consument voornamelijk recreatieve winkelen combineert met leisure (65%). Belangrijkste leisurevoorzieningen 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 leisurevoorziening. Veruit het meeste combinatiebezoek wordt gemaakt met een lunchroom. Logische verklaring hiervoor is de aanwezigheid van dergelijke voorzieningen op veel woonboulevards.

---

<sup>5</sup> 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 6.16: Combinatiebezoek tussen leisure en winkelbezoek per sector in %

	Combinatiebezoek leisure met...		
	Dagelijkse sector in %	Niet-dagelijkse sector in %	Woonboulevard in %
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 6.17: Frequentie combinatiebezoek tussen leisure en winkelbezoek per sector (= % van ja-respondenten)

	Belangrijkste aankoopplaats in de								
	Dagelijkse sector in %			Niet-dagelijkse sector in %			Woonboulevard in %		
	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 (dieren-park, 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

#### 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 6.18: Frequentie waarmee tijdens, voor of na het werk aankopen worden verricht*

Frequentie	In %
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 6.19 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 6.19: Tien 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 6.20 aangegeven waar de consument de aankopen doet, verbijzonderd naar de verschillende regio's. In zijn algemeenheid kan worden gezegd dat de consument vooral in de werkplaats de aankopen doet.

Tabel 6.20: Mate van aankopen tijdens, van of naar het werk per herkomstregio<sup>6</sup>

	Woonplaats in %	Werkplaats in %	Onderweg in %
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
Hoekse-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
Gooi	23	57	20
Amsterdam-Zuidoost/Diemen	16	53	31
Gemeente Haarlemmermeer	18	64	19
Gemeente 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. Twee derde 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.

<sup>6</sup> voor deze tabel is een selectie gemaakt 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 meest bezochte 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 sector, 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 voor de niet-dagelijkse sector, 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 sector is de iets betere beoordeling van de aspecten 'compleetheid winkelaanbod' en 'sfeer en uitstraling', dan voor de dagelijkse sector het geval is. Slechts 5% van de respondenten beoordeelt de 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 verwachtingen van de consument dan de dagelijkse centra.

Deze positieve waardering voor de niet-dagelijkse sector biedt compensatie voor de lage score bij het parkeertarief: gemiddeld een onvoldoende, waar dit bij dagelijks nog een 10 scoorde. Dit verschil wordt vanzelfsprekend met name veroorzaakt doordat het winkelen vooral plaatsvindt in de grotere centra waar het parkeren over het algemeen betaald is, terwijl de boodschappen veelal worden verricht in de wijkcentra waar het parkeren gratis is.

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 deze boulevards 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 overwegend gratis of goedkoop.

Voor de beoordeling van de individuele winkelgebieden verwijzen wij naar de winkel atlas.

## 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 7.4 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 m<sup>2</sup> 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 7.4 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 7.4 Parkeerprestatie en parkeertarief en beoordelingen winkelgebieden Randstad

	Par- keerta- rief	Parkeer- tarief	Parkeer- garages	Parkeer- prestatie	Beoordeling parkeertarief		Beoordeling par- keermogelijkheid	
					Dagelijkse sector	Niet- dagelijkse artikelen	Dagelijkse sector	Niet- dagelijkse artikelen
Winkelcentrum								
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	
Amersfoort 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 aan den 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	
Vlaardingen-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 m<sup>2</sup> 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 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	In %
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

### 8.2 Leeftijdsopbouw

De leeftijdsopbouw onder geënquêteerden is opgenomen in tabel 8.2. Van alle geënquêteerden is 58,9 % 45 jaar en ouder.

*Tabel 8.2: Leeftijdsopbouw geënquêteerden*

Leeftijdsopbouw	In %
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

### 8.3 Netto maandinkomen

Het gemiddeld netto maandinkomen van de huishoudens in het hele onderzoeksgebied is in tabel 8.3 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	In %
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

## 8.4 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	In %
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

## 9 Conclusies

Temidden van alle bespiegelingen en beleidsdiscussies van beroepsspelers rondom de economie en de Nota Ruimte in 2004, was in het Koopstromenonderzoek Randstad eindelijk de consument zelf aan het woord. Op deze schaal is nog nooit een dergelijk onderzoek uitgevoerd. Het liefst zouden beleidsmakers, ondernemers en adviseurs de Nederlandse winkels op één landelijk computersysteem aansluiten om alle winkelprestaties en consumentengedrag te meten. Zover komt het misschien ooit. Maar voorlopig zijn consumenteninterviews het nauwkeurigste en meest betrouwbare alternatief, en daarom de beste cijferbasis voor detailhandelsbeleid. In enkele andere provincies wordt ook koopstromenonderzoek uitgevoerd of is men het van plan. Wellicht ligt één landsdekkend koopstromenonderzoek nu in het verschiet.

De belangrijkste conclusies uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2004 zijn als volgt:

### 9.1 Koopgedrag

De koopkrachtbinding van de consument aan zijn eigen woonplaats voor de dagelijkse boodschappen is in de Randstad met gemiddeld 93% hoog. Als Zuid-Holland daarin maatgevend is, dan is deze indicator met 2% gedaald ten opzichte van 1999. Dit valt voornamelijk te verklaren door de opkomst en populariteit van megasupermarkten buiten de eigen woonplaats en van discountsupermarkten, waarvoor men gemiddeld meer kilometers moet afleggen.

Voor niet-dagelijkse artikelen is de koopkrachtbinding ook iets gedaald, wederom met Zuid-Holland als indicator, met 3%. De binding bedraagt gemiddeld voor de Randstad 70%. Ook deze uitkomst is verklaarbaar. De consument in de Randstad heeft meer keus (25% meer winkelmeters dan in 1999), is kritischer door de recessie en beschikt over betere informatie door internet. Het gevolg is toegenomen zwerfgedrag.

Ondanks de daling ten opzichte van 1999 is de 10-jaarstrend in Zuid-Holland er één van toegenomen koopkrachtbinding. Veel indicatoren scoren hoger dan in 1994.

Duidelijk is te zien dat in de Randstad per saldo méér wordt besteed dan op grond van het eigen inwonertal mag worden verwacht. Er is een netto toestroom van buiten de Randstad 4,4% oftewel € 1,1 miljard. Dit bevestigt de verwachting: binnensteden als die van Utrecht en winkelcentra als Alexandrium in Rotterdam hebben een sterk bovenregionale aantrekkingskracht. Maar deels is de toestroom ook een gevolg van provinciaal grensverkeer.

Het belangrijkste alternatieve aankoopkanaal bij het boodschappen doen is de warenmarkt. In de grote steden neemt deze nog steeds een behoorlijke positie in. In regio's met relatief veel allochtonen zelfs een sterke. In de niet-dagelijkse sector strijden warenmarkt, postorderaankopen en aankopen via de groothandel om de titel van belangrijkste alternatieve aankoopkanaal. 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. De meerderheid van de internetaanschaaf betreft media als boeken en cd's, en bruin- en witgoed.

Circa 50% van de consumenten brengt bijna dagelijks een bezoek aan dagelijkse voorzieningen. De bezoekfrequentie in de niet-dagelijks artikelensector ligt lager, 69% van de consumenten gaf aan deze voorzieningen circa 1 keer per week te bezoeken. Woonboulevards worden door het merendeel van de geënquêteerden ongeveer 1 keer per kwartaal/per half jaar bezocht.

Als belangrijkste bezoekmotief bij het boodschappen doen noemt men 'dichtst bij huis' en niet 'prijs' (wat voor de hand zou liggen in deze tijd). Voor de niet-dagelijkse artikelensector is het belangrijkste bezoekmotief 'compleetheid winkelaanbod' en voor de woonboulevards 'dichtst bij huis'.

De auto als vervoermiddel wint aan kracht, en de fietser wint het van de voetganger ten opzichte van 1999. Toch doet bijna 30% de boodschappen nog steeds te voet. In de non-foodsector gaat men met de auto, zeker naar de woonboulevard. Het openbaar vervoer heeft een zwakke positie bij de winkelende consument.

Koopzondagen zijn gematigd populair. De helft van de Randstedelingen maalt er niet om of heeft er geen in de buurt, de andere helft winkelt af en toe op een koopzondag.

Uit de peiling naar de combinatiebezoeken met leisure blijkt dat de consument dit voornamelijk doet tijdens het recreatieve winkelen (65%). Horeca, in de vorm van een café of lunchroom wordt het meest bezocht. Na de horeca scoort hier de bioscoop redelijk hoog. Tijdens het boodschappen doen is het combinatiebezoek veel lager (23%).

Er blijkt duidelijk dat er nogal wat 'werkkoopstromen' door de Randstad vloeien. Tweederde van de consumenten koopt wel eens iets, vooral dagelijkse artikelen, en overwegend bij de werkplaats.

Nederlanders klagen graag, en in de Randstad is men zonder twijfel geen uitzondering, maar gevraagd naar een rapportcijfer voor hun belangrijkste winkelcentrum geven de Randstedelingen gemiddeld een 8 op de onderdelen compleetheid winkelaanbod, sfeer en uitstraling, bereikbaarheid per openbaar vervoer en per auto, en de parkeergelegenheid. Wie de consument echter betaald parkeren voorschotelt, oogst een onvoldoende.

## 9.2 Aanbod

In de Randstad zijn ongeveer 36.000 winkels en 7,5 miljoen winkelometers. De sectoren *food* en persoonlijke verzorging (de dagelijkse artikelen) vormen samen ongeveer een kwart van het aantal winkelometers in de Randstad, de rest is *non-food* oftewel niet-dagelijkse artikelen.

De drie grote stadsregio's Den Haag, Rotterdam en Utrecht (slechts een klein deel van Amsterdam deed aan het onderzoek mee) zijn goed voor ongeveer een derde van het totale winkelaanbod. De Randstedeling is iets minder goed bedeed dan de rest van Nederland qua gemiddeld aantal winkelometers per hoofd van de bevolking: 1,35 tegen 1,50.

De tendens van schaalvergroting is in Zuid-Holland en Utrecht duidelijk waar te nemen. Zo is het winkeloppervlak in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector in Zuid-Holland respectievelijk met 15% en 25% toegenomen, en in totaal met 22%. Dit is aanzienlijk meer dan het landelijk gemiddelde van 14% in de periode 1999-2004. Het *aantal* winkels in Zuid-Holland is daarentegen in de dagelijkse sector met 10% afgenomen, en in de niet-dagelijkse sector licht gestegen (+3%).

In de provincie Utrecht groeide het aantal winkelometers met 14% (het landelijk gemiddelde) en bleef het aantal winkels nagenoeg gelijk.

## 9.3 Economisch functioneren

In de Randstad is in 2004 ongeveer € 25,9 miljard in winkels uitgegeven: € 16,1 miljard in Zuid-Holland, € 5,6 miljard in Utrecht en € 4,2 miljard in Noord-Holland Zuid. De totale omzetgroei in de Randstad vlakke met éénvijfde deel af in een periode met beduidend lagere economische groei dan in de 'boom'periode 1994-1999. De koopkracht *toevloeiing* naar de Randstad, als fractie van de totale omzet, is de afgelopen vijf jaar procentueel gegroeid. De Nederlander maakt vaker een winkeltrip naar de Randstad dan vroeger. De positie van de Randstad binnen Nederland is er qua detailhandel derhalve sterker op geworden.

De vloerproductiviteit in de Randstad bedraagt voor de dagelijkse artikelensector € 7.160 en voor de niet-dagelijkse sector € 2.425 per m<sup>2</sup>. Voor de provincie Zuid-Holland waren deze indicatoren in 1999 € 6.975 en € 2.560. De omzetgroei in de *niet-dagelijkse sector* (25% in vijf jaar tijd) heeft de schaalvergroting niet kunnen bijhouden. De voornaamste reden is de sterke schaalvergroting én de tegenvallende omzetten in de woonbranche. In de *dagelijkse sector* is nog steeds sprake van groei van de vloerproductiviteit, ondanks voortdurende schaalvergroting.

De marktaandelen van de belangrijkste binnensteden van Zuid-Holland zijn ten opzichte van 1999 licht gedaald. De stadsdeelcentra doen het daarentegen goed. Dit

geldt ook voor de hoofdwinkelcentra in middelgrote steden die zich de afgelopen jaren hebben versterkt. Utrecht-centrum heeft een sterke provinciale positie, en in Noord-Holland Zuid hebben Haarlem-centrum en Hilversum-centrum een regionaal belangrijke rol.

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 de tegenvallende economische trend is er echter flink uitgebreid in de sector. De dalende vloerproductiviteit in de gehele niet-dagelijkse sector vindt hierin voor een belangrijk deel zijn oorzaak. Toch doen sommige woonboulevards het ondanks deze achtergrond beduidend beter dan andere. Rotterdam-Alexandrium III, Utrecht-Kanaleneiland en Ikea Delft scoren hoog.

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. Er is een neerwaartse spiraal ingezet en het voorzieningenniveau, en daarmee de leefbaarheid, neemt af. 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. Gelukkig speelt de supermarktsector al enige tijd op deze ontwikkeling in, met speciaal voor kleine dorps- en buurtcentra ontwikkelde moderne en kleinschalige formules.

## Bijlage 1: Verklarende woordenlijst

Aankoopplaats	Winkelcentrum of winkelgebied.
Bestedingspotentieel	Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal naar gemiddelde (landelijke) besteding per hoofd van de bevolking, gecorrigeerd naar de gemiddelde inkomenssituatie in het betreffende gebied.
Dagelijkse artikelen	Levensmiddelen en persoonlijke verzorging.
GDV-locatie	Nieuwe concentratie van grootschalige detailhandelsvestigingen, door het Rijk toelaatbaar geacht buiten bestaande winkelconcentraties.
Grootschalige Detailhandels Vestigingen (GDV)	Winkels met over het algemeen meer dan 1.500 m <sup>2</sup> oppervlak, zoals bedoeld in het Rijksbeleid t.a.v. GDV-locaties. Grootschalige detailhandel heeft de oppervlakte als criterium, niet de branchering (zie PDV).
Koopkrachtafvoeiing	Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied.
Koopkrachtbinding	Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.
Koopkrachttoevoeiing	Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.
Koopstromen	Koopkrachtbewegingen door binding, afvoeiing en toevoeiing van koopkracht.
Leisure	Horeca- en vrijetijdssector.
Niet-dagelijkse artikelen	Alle winkelbranches behalve levensmiddelen en persoonlijke verzorging.
Niet-winkelaankopen	Detailhandelsbestedingen die niet in gevestigde winkels verricht worden (onder andere warenmarkt, postorder, groothandel, internet etc.).
Parkeerprestatie	Aantal parkeerplaatsen per 100 m <sup>2</sup> winkelvloeroppervlak.
Passantenmarketing	Het vermarkten van goederen of diensten aan hen die voor een ander doel onderweg zijn.
PDV-locatie	Plaats waar detailhandel gevestigd is buiten de reguliere winkelcentra in de branches tuincentra, bouwmarkten, woninginrichting, keukens en sanitair.
Perifere Detailhandels-Vestigingen (PDV)	Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen, etc.: auto's, boten, caravans, brand- en milieugevaarlijke stoffen, tuincentra, bouwmarkten, de gehele woninginrichtingsbranche, waaronder meubelen, keukens en sanitair. Perifere detailhandel heeft de branchering als criterium.
Vloerproductiviteit	Gemiddelde detailhandelsomzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak.
Werkkoopstromen	Koopkrachtbeweging door aankopen gedaan naar, op of vanaf de werkplek.
Winkelgebied	Concentratie van winkels die voor de consument waarneembaar als eenheid te onderscheiden is; synoniem voor winkelcentrum of aankoopplaats.
Woonboulevard	Strip met winkels in de woningbranche zoals meubelzaken, keukencentra en sanitairwinkels.
Wvo	Winkelvloeroppervlak: de effectieve verkooppriimte in een winkel (in tegenstelling tot bvo – bruto vloeroppervlak – dat de serviceruimte erbij telt).
Zwerfgedrag	Mate waarin de consument meerdere aankoopplaatsen bezoekt.

## Colofon

Onderzoek: Goudappel Coffeng BV in opdracht van o.a. provincies Zuid-Holland en Utrecht

Interviews: Intomart GfK

Tekst: Goudappel Coffeng BV

januari 2005