

Nijmegen krijgt het beste rapport

Bezoekers over de



De sfeer is er goed. De auto nemen we nauwelijks nog, vaak omdat parkeren een probleem is. En ondanks dat het aanbod langzaam eenzijdig begint te worden, kun je er uitstekend winkelen. Vooral als je jong bent. Waar? In de binnenstad!

DOOR JOCHEM VAN DEN BERG (*)

Vanaf het moment dat we ermee begonnen is de binnenstad dé plek om te winkelen en dat zal het, ondanks alle bedreigingen aan de stadsranden en uitvalswegen, voorlopig ook blijven. Maar welke mensen winkelen in onze binnensteden? Wat vinden shoppers van 'hun' winkelstraat? Welke winkels mist men? En wat voor type consumenten trekt welke stad gemiddeld?

Met *Winkelen in... de top 10 van Nederland*, de eerste editie van een nieuwe onderzoeksreeks, geeft Strabo antwoord op deze vragen. En meer. In de belangrijkste winkelstraten van de tien grootste steden heeft Strabo ruim 2000 bezoekers naar hun mening gevraagd (en tevens profiel en gedrag in kaart gebracht). De bezoekers hebben aan een tiental aspecten een rapportcijfer toegekend. Het gaat hier onder andere om het winkelaanbod, de sfeer, de inrichting, de horeca en de parkeergelegenheid. Met deze rapportcijfers laten de verschillende binnensteden zich eenvoudig met elkaar vergelijken. Bovendien heeft men aangegeven welke winkels men mist in de binnenstad. Daarnaast is er bij het onderzoek gebruik gemaakt van Mosaic-gegevens van Experian om het beeld van de binnenstadbezoeker zo compleet mogelijk te maken. Een overzichtje ziet u op deze pagina.

Er wordt niet alleen een beeld geschetst van de binnenstadbezoeker per stad, tevens worden ook de tien grootste steden met elkaar vergeleken. Net zoals je niet over één binnenstad kunt spreken, is er ook geen sprake van één binnenstadbezoeker. Of zelfs niet van één soort publiek. In de binnenstad van het 'jonge' Almere vind je vooral gezinnen, met vaak jonge kinderen. Terwijl in Amsterdam een groot deel van het winkelend publiek nog een opleiding volgt, zijn in Den Haag en Nijmegen veel bezoekers gepensioneerd. Desondanks zijn er bepaalde overeenkomsten tussen de verschillende steden, waardoor er een beeld ontstaat van de binnenstadbezoeker.

WEINIG MENSEN VAN MIDDELBARE LEEFTIJD Onze binnensteden worden gedomineerd door een jong publiek, aangezien door de toenemende aanwezigheid van modeke-

tens als H&M, Zara of Vero Moda. Met name bezoekers van middelbare leeftijd (tussen 35 en 55 jaar) zijn ondervertegenwoordigd. Zij hebben een baan, een gezin en - daardoor - weinig tijd. Ze bezoeken de binnenstad wel, maar doen dat minder vaak en doelgericht. Jonge gezinnen, met vaker gedeeld ouderschap, zijn net zoals gepensioneerden wel ruim aanwezig in de binnensteden.

Winkelen is nog altijd een bezigheid die vooral vrouwen doen en dat vaak alleen. Al lijkt het erop dat de man verrassend genoeg toch meer zin heeft om te winkelen dan om boodschappen te doen.

De binnensteden worden vooral bezocht door de 'eigen' bewoners, een uitzondering daargelaten. Zo kent Eindhoven, als gevolg van het ontbreken aan concurrentie in de omgeving, een grotere toevloeiing dan Amsterdam. Almere maakt, ondanks de ontwikkeling van het nieuwe Stadshart, nog weinig indruk op mensen buiten de eigen gemeentegrenzen.

De, inmiddels bijna geaccepteerde, onbereikbaarheid van de binnenstad met de auto heeft erin geresulteerd dat we de binnenstad vooral met het openbaar vervoer bezoeken. Doordat onze binnensteden over een Centraal Station beschikken, wordt de bereikbaarheid uitstekend beoordeeld. Het parkeren

| | |
|-----------|----------------------|
| AMSTERDAM | KALVERSTRAAT |
| ROTTERDAM | BEURSTRASSE/LIJNBAAN |
| DEN HAAG | SPIJSTRAAT |
| UTRECHT | STEENWEG |
| EINDHOVEN | RECHTESTRAAT/DEMER |
| TILBURG | HEUVELSTRAAT |
| ALMERE | STATIONSSTRAAT |
| GRONINGEN | HERESTRAAT |
| NIJMEGEN | BROERSTRAAT |
| BREDA | GINNEKENSTRAAT |

binnenstad

wordt, met uitzondering van Almere, matig beoordeeld. Absolute dieptepunt in de waardering vormt Amsterdam.

UITSTEKEND WINKELAANBOD Het binnenstedelijke winkel-aanbod sluit uitstekend aan op de wensen van de bezoekers. De binnenstad is dan ook de enige plek waar het volledige winkelspectrum aanwezig is: van Bijenkorf tot kruidenier en van electronicagigant tot fotovakhandel. Toch is er enige weerstand tegen het winkelaanbod. Het voornaamste commentaar richt zich op het gebrek aan diversiteit. Een deel van de bezoekers ziet de oplossing in een verdere uitbreiding van het modeaanbod.

De Brabantse steden Eindhoven, Tilburg en Breda beschikken over de beste horecavoorzieningen. Niet verrassend gezien het wat meer Bourgondische karakter van het zuiden van Nederland. Met de nadrukkelijker aanwezigheid van planmatig ontwikkelde winkelcentra is men gewend geraakt aan het aanbod aan openbare voorzieningen aldaar. Een aanbod dat van oudsher afwezig is in de binnenstad, maar een afwezigheid dat altijd voor lief werd genomen. Destijds voldeed een bezoek aan de toiletjuffrouw van v&d. Tegenwoordig is het ontbreken van een openbaar toilet een gebrek.

NIJMEGEN Ondanks de lastige vergelijking springt één binnenstad eruit: Nijmegen. De sfeer, het horeca-aanbod, het uiterlijk en de netheid worden zeer goed beoordeeld. Daarnaast krijgen de openbare voorzieningen hier als enige een positief oordeel. Het winkelaanbod is echter het sterkste punt. Het hoogste cijfer kreeg de Nijmeegse binnenstad voor de diversiteit van het winkelaanbod.

Winkelen in...de top 10 van Nederland is een toevoeging aan de bestaande kennis over consumentengedrag in grootstedelijke winkelgebieden. De uitkomsten kunnen voor gemeenten en vastgoedprofessionals als uitgangspunt dienen om het winkelaanbod optimaal af te stemmen op de vraag van consumenten. Voor retailers geeft het inzicht in het consumentenprofiel van een potentiële vestigingslocatie. *Winkelen in...de top 10 van Nederland* biedt dit alles op een overzichtelijke en prijsvriendelijke manier. 🍷

INDIEN U DE VOLLEDIGE, ZEER UITGEBREIDE RESULTATEN WILT ONTVANGEN VAN CONSUMENTENPROFIELEN IN DE BINNENSTEDEN VAN DE TIEN GROOTSTE STEDEN, GA DAN NAAR WWW.STRABO.NL EN DOWNLOAD HET BESTELFORMULIER VOOR HET RAPPORT *WINKELLEN IN... DE TOP 10 VAN NEDERLAND* (€ 99,-, EXCLUSIEF BTW). U KUNT OOK EEN MAIL STUREN NAAR INFO@STRABO.NL OM HET BESTELFORMULIER AAN TE VRAGEN.

DRS. JOCHEM VAN DEN BERG IS PROJECTLEIDER BIJ STRABO BV, 020-6260817 / VANDENBERG@STRABO.NL.