

Winkelpubliek struint nauwelijks in middelgrote centra

05-03-2015 00:00

De meerderheid van de consumenten maakt geen gebruik van de zogenoemde complexe looproutes in een middelgroot winkelgebied. Dat blijkt uit een passantenonderzoek van ruimtelijk adviseur DTNP en Radboud Universiteit Nijmegen onder ruim zestienhonderd consumenten.

In tien middelgrote stadscentra waaronder Gouda en Oss werd winkelpubliek gevraagd naar hun verblijfsduur, bezoekmotief en loopgedrag. Centrumbezoekers vertonen volgens de onderzoekers zeer overzichtelijk ruimtelijk gedrag. Veruit de meeste consumenten lopen doelgericht van A naar B en weer terug, terwijl er verschillende winkelcircuits zijn. Men kiest nauwelijks voor ingewikkelder looproutes. Zo loopt minder dan één procent van de ondervraagden een zogenoemd achtje.

Consumenten met een gerichte aankoop leggen in het winkelgebied gemiddeld zo'n 570 meter af. Recreatieve shoppers lopen ruim 850 meter. De totale loopafstand van bezoekers ligt gemiddeld op 640 meter.

Het is voor retailers in middelgrote centra steeds belangrijker om 'in de loop' te zitten, omdat deze gebieden het sowieso al lastig hebben. Ze zitten tussen tafellaken en servet, aldus de onderzoekers. Ze pleiten ervoor om terughoudend te zijn met het creëren ingewikkelde loopcircuits. Daarnaast moet bij een winkelcentrum gekeken worden naar het bezoekmotief van consumenten, zodat de looproute daarop wordt afgestemd.