

# Eisen succesvolle binnenstad

18-11-2005 00:00

Een binnenstad moet aan een groot aantal voorwaarden voldoen wil het optimaal gebruik kunnen maken van de relatief hoge bevolkingsdichtheid. Uit onderzoek van het vakblad over winkelcentra, Shopping centre, blijkt dat de hoofdreden van een bezoek aan de binnenstad als volgt is opgebouwd:

58 procent komt om te winkelen, 6 procent komt boodschappen doen en 10 procent gaat naar de binnenstad voor een specifieke winkel. Daarmee komt 75 procent naar de binnenstad voor de detailhandel. Het hier genoemde voorbeeld geldt voor de grootste steden. Naar mate de stad kleiner wordt zie je de verhouding 'winkelen' kleiner worden ten koste van 'boodschappen doen'. Het overall gemiddelde blijft rond de 75 procent liggen.

Consumenten nemen naar de grote steden gemiddeld 41 procent het openbaar vervoer. Zo'n 24 procent neemt de auto of motor om naar de binnenstad van een grote plaats (bijvoorbeeld Utrecht/Rotterdam) te komen. Naar mate de omvang van de stad afneemt, stijgt het gebruik van auto en motor tot rond de 40 procent, geheel ten koste van het openbaar vervoer.

Interessant is de waarneming dat bijna de helft van de consumenten winkelen, combineert met een bezoek aan de horeca.