

Tien feiten over de fysieke shopper van 2016

12-01-2017 09:42



Door Huib Lubbers
Directeur Bureau RMC

Voor het eerst in negen jaar(!) zien we het aantal bezoekers in winkelstraten licht stijgen. Bureau RMC concludeert, aan de hand van de data van CityTraffic, dat 2016 een procent drukker was dan 2015. De storm aan faillissementen van grote retailers (V&D, Macintosh, DA) is weliswaar nog niet gaan liggen (MS Mode, McGregor, USG), maar vele hebben een doorstart kunnen maken of zijn zelfs met een nieuw concept op de markt gekomen (Perry Sport).

Alle economische signalen lijken op groen te staan. Het consumentenvertrouwen daalde weliswaar de eerste drie maanden van het afgelopen jaar, maar vanaf april steeg het gestaag door en staat het inmiddels 6,6 procent hoger dan in december 2015. De koopbereidheid van de consument laat ook een positieve trend zien en staat 4,9 procent hoger dan in december 2015. De spaarzin, het afbetalen van de hypotheek en de opkomst van smartphones als eerste levensbehoefte, creëren echter minder bestedingsruimte en maken het koopgedrag moeilijker voorspelbaar.

Door het effectieve shoppergedrag van de consument in winkelstraten te analyseren, leren we iets over het veranderend winkelgedrag. En nog beter, op deze manier kunnen we mogelijk voorspellen hoe de shoppende consument zich gaat ontwikkelen in 2017. Daarom kijken we eerst naar de feiten van 2016.

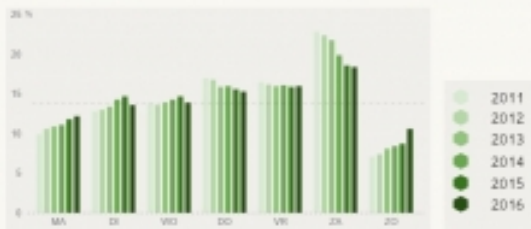
De fysieke shopper van 2016

Ons zusterbedrijf Citytraffic meet 24 uur per dag het aantal bezoekers in de belangrijke winkelstraten in de Benelux. Met deze data meten ze werkelijk koopgedrag en hoeven we niet meer terug te vallen op wat mensen zeggen te doen met winkelaankopen, maar waar men feitelijk heeft gewinkeld. Koopstromen zijn door het gebruik van de vele aankoopkanalen zo divers en veranderlijk geworden dat het essentieel is om het feitelijk koopgedrag in winkelstraten te meten. Welke winkelrends stellen wij vast en hoe verhoudt zich dit tot 2015? (zie ook onderstaande infographic).

1. Het aantal passanten in winkelstraten (2016 versus 2015) is voor het eerst sinds 2007 gestegen. De daling was de laatste jaren al aan het afnemen, in 2015 keken we tegen een daling van 1,1 procent aan. Nu zien we zien voor het eerst **een lichte stijging met 0,1 procent**.
2. **De maanden februari tot en met juli 2016 waren drukker** dan in 2015. In januari, augustus en september zien we weinig verschil. De voorsprong op 2015 slinkt echter in oktober en november. De maand december was dit jaar weer iets drukker dan in 2015.
3. December was zowel in 2015 als in 2016 de drukste maand in het jaar, hetgeen niet verrassend mag zijn. **Augustus** was in 2016 de rustigste maand, terwijl dat in 2015 de maand juli was.
4. **De drukste dag** in 2016 was verrassend genoeg een vrijdag, en wel **23 december**. Op de voet gevolgd door zaterdag 17 december en zaterdag 24 december. Mocht je op die dagen gewinkeld hebben dan herinner je je de drukte in de binnenstad waarschijnlijk nog wel. In de top tien van drukste winkeldagen in 2016 staan zeven zaterdagen, twee vrijdagen en een donderdag (22 december). In totaal vonden zeven van de tien drukste winkeldagen plaats in december.
5. Bijzonder was dit jaar de drukke vrijdag 25 november, oftewel **Black Friday**, een fenomeen uit Amerika dat in Nederland ook steeds meer als een echte kortingsdag wordt beleefd. Veel retailers maakten er een **“black weekend”** van, waardoor de zaterdag ook van dit fenomeen profiteerde.
6. De dag waarop de minste mensen in de winkelstraten waren te vinden was **maandag 25 januari** (zon- en feestdagen uitgezonderd). In de top tien van rustigste dagen staan overwegend maandagen, met name in februari en maart.
7. Misschien wel de meest opvallende verandering van het koopgedrag in 2016 is **de dag dat waarop we graag winkelen**. Vanaf 2011 houden we deze statistiek bij en het is duidelijk dat de verschillende weekdays steeds meer naar elkaar toe groeien. Met als sterke stijger de **zondag**, die in steeds meer gemeentes een **volwassen koopdag** geworden is. De zaterdag blijft nog steeds gemiddeld de drukste dag in de week. Wanneer er gecorrigeerd wordt voor de zondagopenstelling, dan blijkt vaak de zondag al drukker te zijn met maar vijf openingsuren ten opzichte van de zaterdag waarbij winkels vaak acht uren geopend zijn. Een duidelijk teken dat de consument graag op zondag winkelt.
8. Wist je dat de consument op zondag ook [twee keer makkelijker](#) geld uitgeeft dan op een zaterdag?
9. De **vrijdag** is een drukker dag geworden dan de donderdag. Dat heeft waarschijnlijk te maken met een dalende populariteit van de donderdagkoopavond.
10. Het populairste moment om te winkelen is **15.00 uur**.

Meten is weten en dat geldt in het bijzonder voor het aankoopgedrag van de shopper. Met de nieuwe mogelijkheden van pick-up points van supermarkten, de nog snellere bezorging van online spelers en bijvoorbeeld de kracht van de collectioneur van de kleine winkel, blijft het succes van de winkel in de details zitten. Retail is detail! Dat was zo en zal wat ons betreft de komende tijd zo blijven.

Dagverhouding



#1

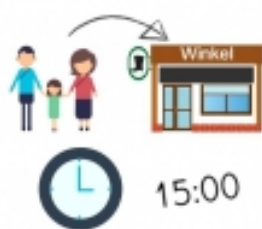
Populairste winkeldagen



Drukte 2016 t.o.v. 2015



Populairste winkeltijdstip



Wist je dat?

- Totaal aantal bezoekers in 2016 met 1,0 % is gestegen?
- Zondag een volwassen winkeldag is?
- Black Friday populairder was dan ooit?
- Zaterdag de populairste winkeldag blijft?
- De drukte op weekdagen nog dichtbij elkaar komt te liggen?

Uitschieters in het weer



19-jan

- 8°C



05-jun

15 uur



23-jun

49,5 mm



20-jul

+ 32,9°C

