

'Dieptepunt van koopavond lijkt bereikt'

15-08-2018 14:46



De consument lijkt de koopavond in de meeste binnensteden weer beter te vinden. In het eerste halfjaar waren er op donderdagavond gemiddeld vier procent meer bezoekers dan een jaar eerder. Op vrijdag was de toename zelfs negen procent, zo blijkt uit onderzoek van Bureau RMC.

De afgelopen jaren liep de populariteit van de koopavond steeds verder terug: met veertig procent op donderdag en zo'n 25 procent op vrijdag. Met de voorzichtige opmars in het eerste halfjaar lijkt het dieptepunt volgens de onderzoekers bereikt te zijn.

De stijging is vooral toe te schrijven aan het tweede kwartaal. In het eerste kwartaal lagen de bezoekersaantallen op het niveau van dat van de eerste drie maanden van 2017. De stijgende populariteit van de koopavond is volgens Bureau RMC opvallend omdat het totaal aantal bezoekers in de winkelstraten juist is gedaald. In het eerste halfjaar zijn 1,6 procent minder mensen geteld dan in dezelfde periode vorig jaar.

Bureau RMC is geen voorstander van het stoppen met de koopavond ten gunste van de koopzondag, omdat de openingstijden van winkels moeten aansluiten bij de behoeften van de consument. En die is steeds meer gewend om aankopen te doen wanneer het hem uitkomt, stelt directeur Huib Lubbers. Bovendien hebben steeds meer huishoudens minder tijd om overdag te winkelen.

Ook de toegenomen drukte in het eerste halfjaar spreekt volgens de onderzoekers in het voordeel van de

koopavond. Verder zou de consument op zulke avonden beter voorbereid de stad in gaan en daardoor makkelijker kopen. “Wat ons betreft is het geen koopavond óf koopzondag, maar koopavond én koopzondag. Online winkels zijn immers altijd open”, aldus Lubbers.