

Consument ervaart winkelaanbod binnensteden als positief

02-11-2004 00:00

Consumenten denken een stuk minder negatief over de binnenstad dan winkeliers denken. Dat blijkt uit het nationaal winkelmarkt onderzoek 2004 dat door het bureau Strabo is uitgevoerd in opdracht van de vakgroep Bedrijfs Onroerend Goed (BOG) van de NVM. Voor dit onderzoek werden 18.000 consumenten en 1.500 ondernemers ondervraagd. Winkeliers willen meer differentiatie in het winkelaanbod omdat zij denken dat de consumenten dat willen. Bezoekers ervaren een herkenbaar winkelaanbod, oftewel 'meer van hetzelfde', echter als positief. De consument weet dan immers waar hij wat kan kopen. De keuze aan winkels wordt door bezoekers zelfs als meest positief gewaardeerd, samen met het prijsniveau en de aanwezige horeca. Verder ervaren de consumenten de bereikbaarheid, de sfeer en de veiligheid als positief. Het onderzoek wijst verder uit dat een bezoek aan een kernwinkelgebied zeker niet altijd beperkt blijft tot de hoofdwinkelstraten. Van de bezoekers gaat tweederde ook naar de aangrenzende winkelstraten. De absolute nummer 1 winkelstad van Nederland is Amsterdam. Daarna volgen Utrecht, Rotterdam, Maastricht, Den Haag, Groningen, Arnhem, Den Bosch, Haarlem en Breda.