

# Koopavond in verval

19-07-2006 00:00

Door tijdsgebrek laat de consument de eens zo succesvolle koopavond links liggen. Boodschappen doen Nederlanders zo snel en zo efficiënt mogelijk. Voor funshoppen verkiezen klanten nu woonwarenhuizen en koopzondagen. Daarom moet tijdens een koopavond de nadruk liggen op de klanten entertainen, volgens onderzoek van de vierdejaars studenten Small Business & Retail Management van de Hanzehogeschool Groningen.

De gemeente Haren stond met 69 winkels model voor het onderzoek dat onder leiding stond van docenten Mieke Nauta en Jacques Hartog. De winkeliers merken er dat de bezoekers en de uitgaven op koopavonden teruglopen. Gezamenlijk activiteiten organiseren wijst iedereen als een mogelijke oplossing aan, want elke de klant vraagt entertainment tegenwoordig. Maar Haren beseft dat de koopzondagen het succes van koopavonden definitief hebben verminderd.

De voornaamste conclusie van de studenten: "koopavonden moeten aantrekkelijker worden voor winkelier en consument. Dat kan door een boekenavond of een andere thema-avond."