

SAMENVATTING

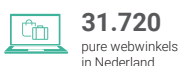
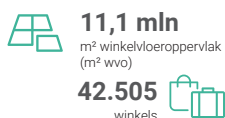
Vraag



Bestedingen



Aanbod



Economisch functioneren

Dagelijks



Relatief weinig verschillen tussen typen winkelgebieden

Ondersteunende centra iets beter dan hoofdcentra

Dorpscentra < 10.000 m² wvo

Buurt- en wijkcentra < 5.000 m² wvo

Dorps- en stadscentra > 10.000 m² wvo

Buurt-, wijk- en stadsdeelcentra > 5.000 m² wvo

Niet-dagelijks



Grote verschillen tussen typen winkelgebieden

Centra > 40.000 m² wvo hoogste vloerproductiviteit

Stadscentra > 60.000 m² wvo

Buurt- en wijkcentra < 5.000 m² wvo

Dorps- en stadscentra 10.000 - 60.000 m² wvo

Buurt-, wijk- en stadsdeelcentra > 5.000 m² wvo

Duiding en conclusies

Internet grootste stijger

Met bijna 32.000 winkels is internet het grootste winkelgebied van Nederland. De online bestedingen verdubbelden bijna sinds 2011, in de niet-dagelijkse sector tot 21,6% van de bestedingen. Een verdere groei is te verwachten. Dit zal naar verwachting leiden tot verdere wijzigingen in het koopgedrag en in het (web)winkellandschap.

Middelgrote centra zien hun regionale positie verkleinen

Vooral in de niet-dagelijkse sector kiezen consumenten steeds meer voor internet en de grotere steden als zij aankopen willen doen. Winkelgebieden die vaker worden overgeslagen door bovenlokale bezoekers zijn:

- Middelgrote centra met 10.000 tot 40.000 m² wvo
- Wijk- en stadsdeelcentra groter dan 10.000 m² wvo

Ook stijgers bij fysieke winkelgebieden

Consumenten zijn lokaler boodschappen gaan doen, kleinere centra versterkten hun positie. Ondanks de toenemende rol van webwinkels werd er meer besteed aan niet-dagelijkse artikelen in de grootste centra. Winkelgebieden die hun positie versterkt hebben zien worden zijn:

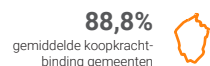
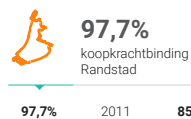
- Vier grootste binnensteden met meer dan 100.000 m² wvo
- Grote stadscentra met 60.000 tot 100.000 m² wvo
- Dorps- (< 10.000 m² wvo) en wijkcentra (< 5.000 m² wvo)

(=>) Op de wip

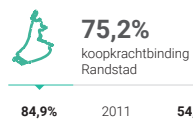
Centra van 40.000 tot 60.000 m² wvo bevinden zich op de wip. Sommige centra in deze groep zullen (al dan niet door forse ingrepen) mogelijk stand weten te houden, andere zullen naar verwachting tot de groep dalende middelgrote centra toetreden.

Koopstromen

Dagelijks



Niet-dagelijks



Koopgedrag

Boodschappen

- Dichtst bij huis
- Bepaalde winkel(s)
- Totaal winkelaanbod
- 25% Op zaterdag
- Zondag ten koste van donderdag en vrijdag
- Bereikbaarheid fiets
- Bereikbaarheid te voet
- Bereikbaarheid auto

In en om het huis

- Bepaalde winkel(s)
- Dichtst bij huis
- Totaal winkelaanbod

Mode-aankopen

- Bepaalde winkel(s)
- Totaal winkelaanbod
- Dichtst bij huis
- 40 tot 60% van aankopen in weekend
- Bereikbaarheid fiets
- Bereikbaarheid te voet
- Aanbod horeca

- Bereikbaarheid auto/fiets
- Parkeermogelijkheden auto
- Parkeertarieven