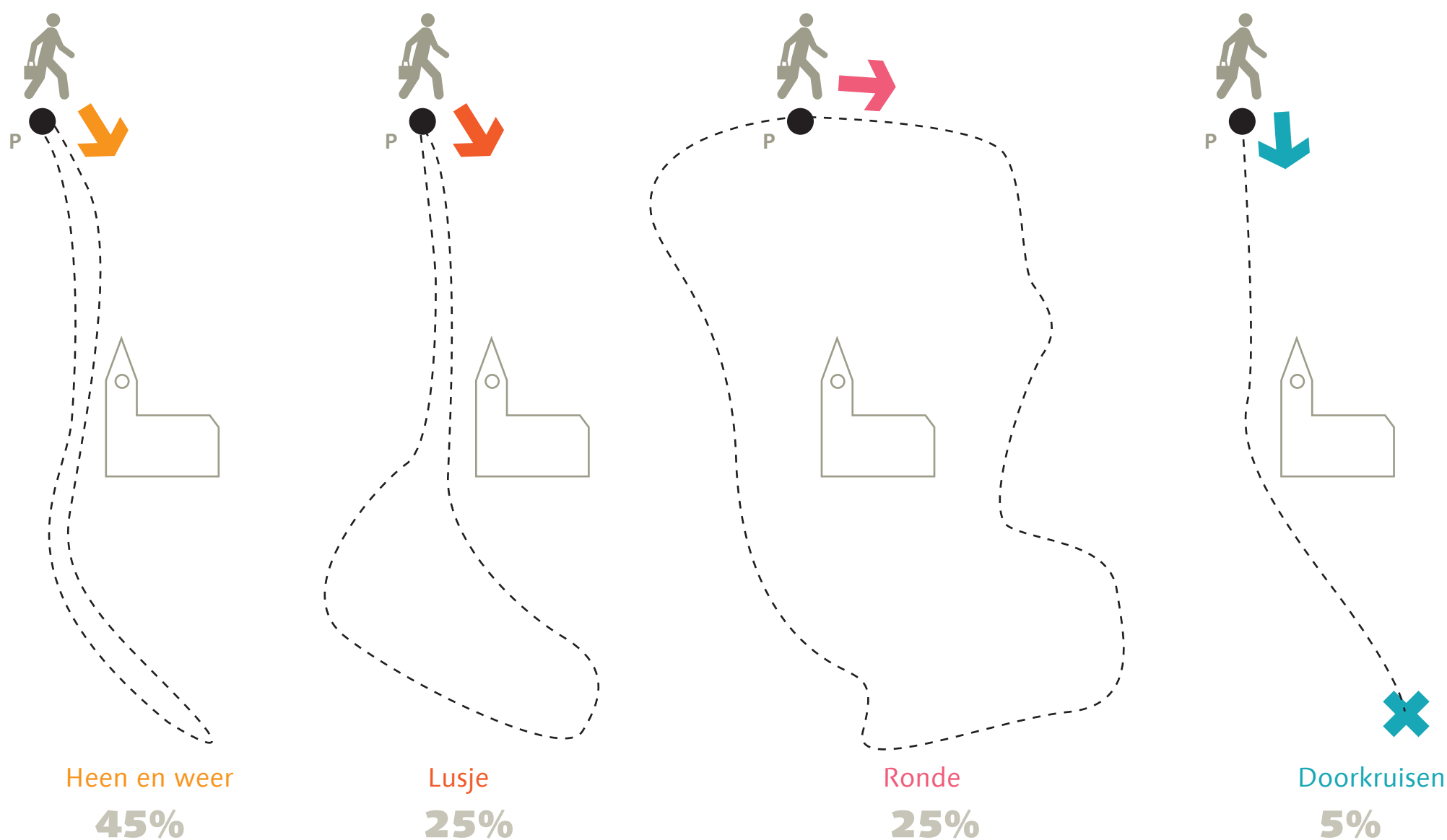


THEMA RETAIL

WINKELS / CONSUMENT / ONDERZOEK



Loop patronen bezoekers middelgrote centra

Bron: DTNP

Verwacht loop patroon winkelpubliek blijkt mythe

Winkel-achtje bestaat niet

Een van de vuistregels in het beleid voor winkelkernen is de aanname dat bezoekers graag een 'achtje' lopen. Mis! Onderzoek door Droogh Trommelen en Partners (DTNP) en de Radboud Universiteit toont aan dat minder dan 1 procent dit patroon loopt.

RIK EIJKELKAMP EN JASPER VLEK

Zogenoemd struinend winkelgedrag komt nauwelijks voor in middelgrote centra. Bezoekers leggen een korte en zeer overzichtelijke route af: een rondje, een winkelstraat heen en weer of kleine varianten

daarop. Minder dan 1 procent van de passanten loopt een achtje, terwijl de centra daarvoor wel de mogelijkheid bieden. In een sterk veranderende winkelmarkt is een overzichtelijke routing en bundeling van passantenstromen steeds belangrijker voor een aantrekkelijk ondernemersklimaat.

Deze conclusies kunnen worden getrokken uit een grootschalig passantenonderzoek dat adviesbureau DTNP uitvoerde in samenwerking met de Radboud Universiteit Nijmegen. In tien middelgrote stadscentra verspreid over het land (Bergen op Zoom, Etten-Leur, Gouda, Helmond, Hengelo, Meppel, Oosterhout, Oss, Weert en Zutphen) werden ruim 1.600 passanten op straat geënquêteerd. Onder begeleiding van DTNP werden de enquêtes afgenomen door studenten Sociale Geografie en Planologie, zowel op zaterdag als doordeweeks. De geselecteerde centra hebben een omvang van 40.000 à 60.000 m² winkelvloeroppervlak en variëren van historische tot planmatig opgezette centra.

Gezien hun kwetsbare positie in de huidige winkelmarkt werd ervoor gekozen om juist in middelgrote centra grootschalig onderzoek uit voeren naar het gedrag van bezoekers. Actuele trends in de detailhandel leiden tot een afnemende behoefte aan fysieke winkels. Vooral middelgrote centra worden daarbij hard geraakt. Ze zijn te groot voor het doen van dagelijkse boodschappen en te klein voor recreatief winkelen en een dagje uit.

Concurrentiedruk

In bijna alle middelgrote centra staat 10 procent of meer van het aantal beschikbare winkelpanden inmiddels leeg. De concurrentiedruk door internet en van de grote binnensteden neemt toe. Alles is steeds gemakkelijker online te verkrijgen. Voor niet-dagelijkse winkelaankopen gaan we alleen nog de deur uit als vrijetijdsbesteding.

Grotere binnensteden kunnen deze belevingsbehoefte bij consumenten beter bevredigen dan centra met een kleiner en minder divers winkel- en horeca-aanbod. De

vraag is voor welke doelgroepen en bezoekmotieven middelgrote centra nog interessant zijn. Hoe groot kan het kernwinkelgebied zijn in de toekomst en welke routing past daarbij?

In de vraagstelling van de enquête is nadrukkelijk aandacht besteed aan het feitelijke loopgedrag van centrumbezoekers. Passanten werden bij de uitgangen van het centrum opgevangen. Vervolgens werd hen gevraagd naar de gebruikelijke variabelen, zoals verblijfsduur,

uitgaven, vervoermiddel en bezoekmotief, maar ook om hun looproute te tekenen.

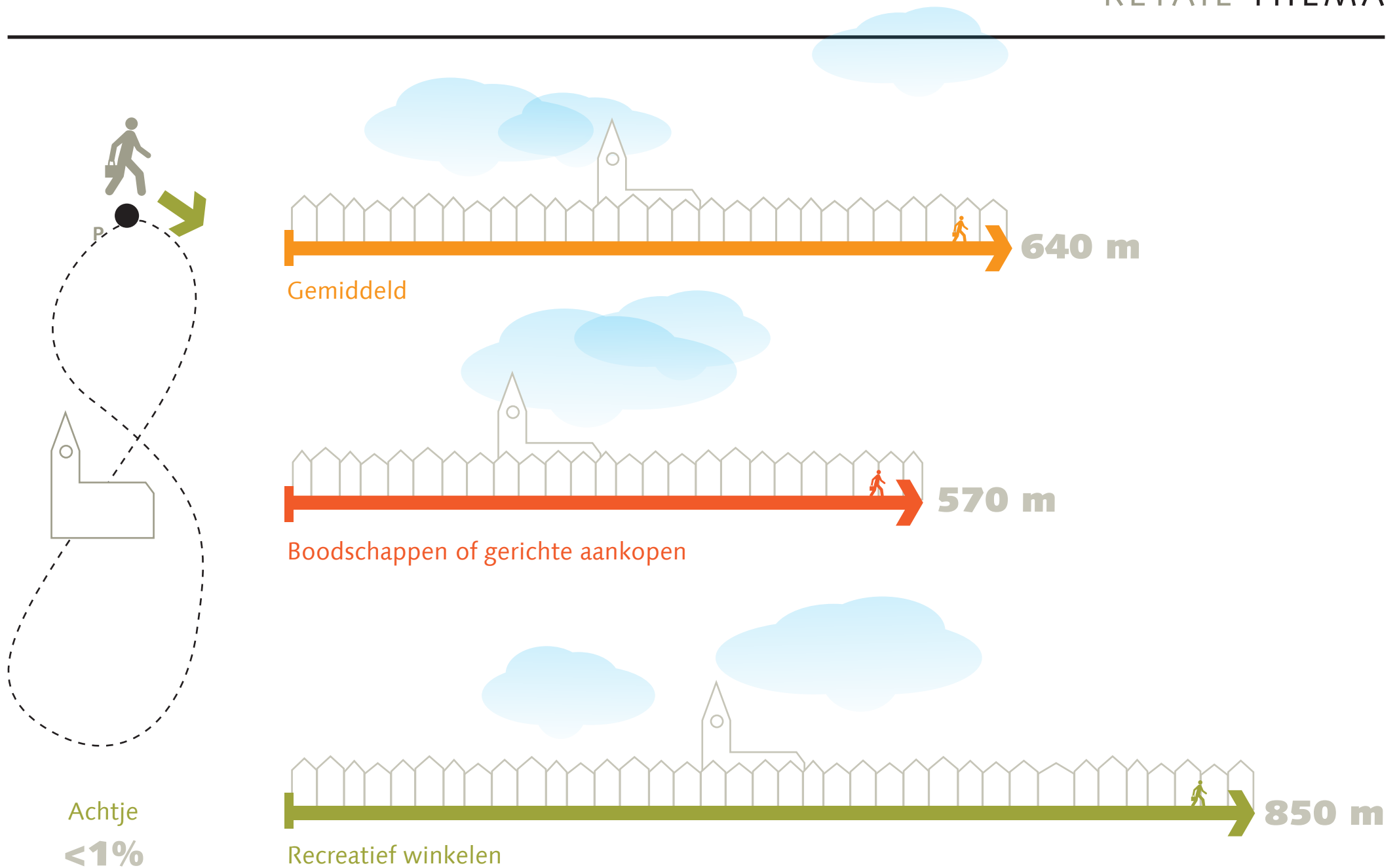
Ruimtelijk beleid

Dit geeft nauwkeurig inzicht in het feitelijke ruimtelijke gedrag van bezoekers en leidt, ook in combinatie met andere variabelen, tot nieuwe inzichten die bruikbaar zijn bij toekomstige centrumontwikkelingen en ruimtelijk beleid. Daarnaast ontstaat een actueel beeld van het bezoekersprofiel, het gedrag van de bezoekers en de (regio)functie van deze centra. De opvallendste uitkomst van het onderzoek: het ruimtelijke gedrag van centrumbezoekers is zeer overzichtelijk. Complexe loop patronen ('struinend winkelgedrag') komen nauwelijks voor. Bezoekers lopen over het algemeen doelgericht van A naar B en terug, terwijl er verschillende winkelcircuits aanwezig zijn.

Bezoekmotief

Daarnaast is de afgelegde afstand relatief kort. Gemiddeld lopen bezoekers ongeveer 640 meter. De afstand verschilt echter sterk per bezoekmo-

Parallele winkelroute leidt tot minder passanten per straat



Loopafstanden bezoekers middelgrote centra Bron: DTNP

voor centrumbezoekers

tief. Mensen die een gerichte aankoop doen of boodschappen, leggen gemiddeld ongeveer 570 meter af, terwijl recreatieve winkelbezoekers ruim 850 meter lopen.

De uitkomsten van het onderzoek kunnen worden gebruikt bij de opstelling van het beleid voor de toekomstige structuur en opbouw van middelgrote stadscentra. Deze centra zijn de afgelopen decennia behoorlijk uitgebreid en ingericht op recreatief en langdurig bezoek. Zij beschikken doorgaans over meerdere kilometers aan winkelroute en de parkeerlocaties liggen soms op honderden meters loopafstand. Dit sluit niet aan bij het gedrag van het merendeel van de bezoekers. Veel bezoekers blijven in het deel van het centrum hangen waar ze hun bezoek ook waren begonnen.

Parallele winkelroutes
Het is in het algemeen verstandig om terughoudend om te gaan met een 'ingewikkelde' winkelrouting. Daarnaast vraagt een centrum dat zich hoofdzakelijk richt op dagelijkse en gerichte aankopen om een andere

opbouw dan een centrum dat vooral wordt bezocht met recreatieve motieven. Te veel parallelle winkelroutes leiden tot lagere passantenstromen per straat en daarmee tot afnemende kansen voor ondernemers.

Met de resultaten van het passantenonderzoek in het achterhoofd, kunnen keuzes worden gemaakt over de na te streven hoofdwinkelroute en de functie en positie van verschillende centrumstraten. Een compactere opzet is niet alleen nodig als antwoord op het afnemende aantal winkels (en de toenemende leegstand), maar ook om de bezoekers beter te kunnen bedienen en passantenstromen voor winkels te vergroten. Beleid gericht op een overzichtelijke en compacte hoofdwinkelstructuur draagt bij aan het vitaal houden van de stadscentra, als huiskamer van onze steden, in de toekomst.

Ladder
De dalende behoefte aan winkels vraagt niet alleen om een pas op de plaats voor centrumgebieden, maar vraagt zeker ook om scherpe keuzes voor overige (nieuwe) winkellocaties.

Met de invoering van de Ladder voor duurzame verstedelijking beoogt de Rijksoverheid via wetgeving duurzaam ruimtegebruik bij lagere overheden af te dwingen en zo zogeheten over-programmering en leegstand te voorkomen.

In de krimpende winkelmarkt kan de regionale behoefte aan nieuwe winkellocaties steeds vaker niet worden aangetoond. Op grond van de genoemde ladder kan overtollige planvoorraad worden afgeserveerd en worden kansrijke ontwikkelingen juist onderbouwd. De ladder biedt overheden en marktpartijen meer ruimtelijke sturingsmogelijkheden en zekerheid en is daarmee een krachtig instrument om gewenste centrumvernieuwingen van de grond te laten komen.

Herhaling
Naar aanleiding van de opvallende uitkomsten hebben DTNP en de Radboud Universiteit zich voorgenoemen het onderzoek in middelgrote stadscentra periodiek te herhalen (monitoring) en dit voorjaar ook uit te voeren in kleine stadscentra

en grote dorpscentra met 20.000 à 40.000 m² winkelvloeroppervlak. Deze categorie staat zo mogelijk nog meer onder druk door een afnemende kooporiëntatie voor niet-dagelijkse winkelaankopen in dit type centra. Voor vervolgonderzoek is het ook zeer interessant om in te gaan op het ruimtelijke loopgedrag in grotere binnensteden, zoals die van Nijmegen of 's-Hertogenbosch en te onderzoeken of daar wel sprake is van complexe looppatronen.

OVER DE AUTEURS

Jasper Vlek (bovenste foto) is projectleider bij bureau DTNP en als stedenbouwkundige gespecialiseerd in de ruimtelijk-functionele structuur van centra en binnensteden. Rik Eijkelkamp is projectleider bij bureau DTNP en als planoloog gespecialiseerd in distributie-planologisch onderzoek en de vertaling naar detailhandelsvisies.

