

“Het centrum van Beuningen mag vooral gezelliger worden.”

Onderzoek naar de waardering en wensen van consumenten in het centrum van Beuningen

De retail in binnensteden en dorpscentra maakt turbulente tijden door. Omzetten staan onder druk door externe oorzaken zoals de economische crisis en het veranderende winkelgedrag van de consument. Dit heeft de afgelopen jaren geleid tot faillissementen en leegstand.

Veel binnensteden en dorpscentra werken vanwege al deze ontwikkelingen actief aan het trekken van meer bezoekers, het bieden van meer beleving en daarmee het stimuleren van besteding. Om dat voor Beuningen op de juiste manier in te vullen, is dit onderzoek uitgevoerd voor Centrummanagement Beuningen.

Aanleiding

Beuningen heeft sinds enkele jaren een Centrummanagement. Het Centrummanagement heeft als hoofddoel om meer consumenten naar het centrum van Beuningen te trekken, hen langer te laten blijven en hun besteding te verhogen. Om dit te bewerkstelligen is inzicht nodig in de waardering van het centrum door de consument en in de wensen die deze consument heeft.

Het onderzoek is in het najaar van 2017 kwantitatief uitgevoerd door middel van een face to face enquêteonderzoek onder 380 consumenten in het centrum van Beuningen. De enquêtes zijn afgenomen op verschillende dagen en avonden om een goede dwarsdoorsnede te borgen. Er zijn vantevoren geen criteria opgesteld waaraan de respondenten dienden te voldoen; hierdoor kon op basis van de respons een profiel van de consument in het centrum worden geschetst.

De Beuningse consument

Het centrum van Beuningen wordt voor 68,4% bezocht door vrouwen en voor 31,6% door mannen. Er zijn relatief weinig jongere bezoekers van 15 tot 25 jaar (9,8%). In de groep van 26 tot 45 jaar valt 22,8% en in de groep van 46 tot 65 jaar valt 35%. Tot slot zijn 32,4% van de bezoekers 66 jaar of ouder.

Het overgrote deel (78%) van de bezoekers van het centrum woont in Beuningen, 11% komt uit de dorpen Winssen, Ewijk en Weurt en de overige bezoekers (11%) komen uit dorpen en steden die niet bij de gemeente Beuningen horen.

Men bezoekt het centrum gemiddeld drie keer per week en dan blijft men doorgaans een uur in het centrum. Het grootste deel van de respondenten komt met de auto naar het centrum (40%). De rest komt met de fiets (35%) of te voet (24%) en een enkeling komt met het OV.

Bezoekmotief

Op de vraag waarom men specifiek voor het centrum van Beuningen kiest, geeft 67,9% aan dat de nabijheid van het centrum een belangrijke reden is. Andere veelgenoemde redenen zijn de bereikbaarheid van het centrum (36,3%) en het aanbod van supermarkten en voedingsspecialzaken (35,8%).

Via een open vraag werd onderzocht welke winkels, horecagelegenheden of voorzieningen men meestal bezocht in het centrum. Daarbij stond de supermarkt overtuigend op de eerste plaats (80,5%). De drogist (32,4%) en kledingwinkels (17%) kwamen daarna. De eerste winkelketen vinden we op de 5^e plaats: 16,2% bezoekt de Hema. Horeca in algemene zin wordt genoemd door 10,8%. Niemand benoemde specifieke horecazaken.

Waardering

Respondenten konden hun waardering voor het centrum uitspreken middels een rapportcijfer. Zij gaven het centrum een 6,86. Het gegeven cijfer was het hoogst onder de respondenten van 65+ (6,91) en het laagst onder respondenten tussen 46 en 65 jaar (6,66). De vrouwen (6,92) waren positiever dan de mannen (6,71).

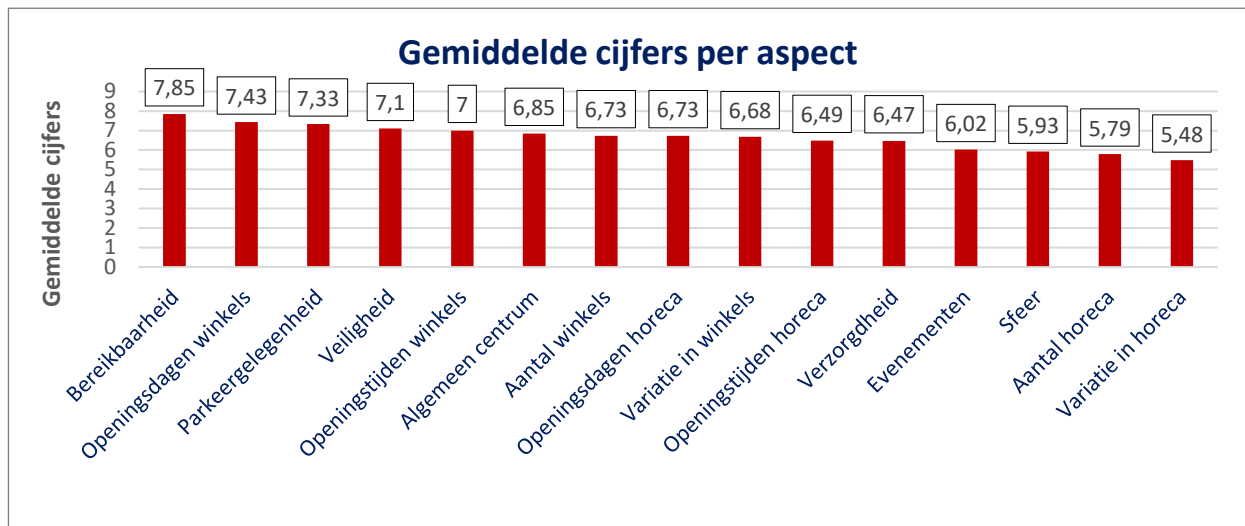
Daarna werd gevraagd om een rapportcijfer te geven over verschillende aspecten van het centrum.



Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

HAN
ONDERZOEKS
CENTRUM RETAIL

Het HAN Onderzoekscentrum Retail (OC Retail) brengt studenten, docenten en het werkveld bij elkaar. Dit gebeurt door met elkaar onderzoek te doen en relevante, actuele kennis te vergaren. De resultaten worden via presentaties en publicaties gedeeld met het onderwijs en regionale partijen in de retailbranche.



Bereikbaarheid en parkeergelegenheid scoort hoog in de waardering van het centrum. Ook is de consument te spreken over de openingsdagen en openingstijden van de winkels. Daarnaast voelt de consument zich veilig in Beuningen. Men is het minst te spreken over de horeca (zowel het aantal horecagelegenheden als de variatie in horeca) en ook wordt er een laag rapportcijfer gegeven aan de sfeer in het centrum.

Ook hier geldt dat de oudste groep respondenten over het algemeen het meest positief is over de diverse aspecten van het centrum. Zij voelen zich echter wel het minst veilig. Qua geslacht waren vrouwen over de gehele linie iets positiever dan mannen.

Verbeterpunten & wensen

Er is aan de respondenten gevraagd op welke wijze Beuningen het rapportcijfer kan verbeteren. Hierop werd door bijna 30% geantwoord dat de gezelligheid en sfeer in het centrum verhoogd diende te worden. Ook noemden respondenten dat de horeca moet uitgebreiden, dat terrassen verbeterd dienen te worden, dat er een bredere variatie aan winkels moet komen en dat het centrum meer groen verdient.

Qua wensen hebben de consumenten aangegeven welke voorzieningen er volgens hen nog ontbreken in het centrum. Horeca en dameskledingzaken zijn de meest genoemde voorzieningen. Ook een (bruin) café en kledingzaken voor heren blijken een wens van de consumenten te zijn.

Aanbevelingen

Uit de resultaten en conclusies van het onderzoek komen de volgende aanbevelingen naar voren:

- Maak van horeca een prioriteit. Er zijn weinig horecagelegenheden in het centrum en ook variatie is nodig; er is geen enkel café in het centrum. Concreet wordt geadviseerd om avondhoreca uit te breiden en aan te trekken, de horeca in het centrum te centraliseren en terrassen uit te breiden.
- Werk aan de sfeer in het centrum. Een toename van horeca volgens voorgaand advies levert hier een bijdrage aan en verder ziet de consument graag een sfeervollere Passage en meer groen in het centrum.

Uit het onderzoek kan worden geconcludeerd dat de Beuningse consument het centrum met een voldoende waardeert. Daarnaast is de consument concreet in haar wensen en verbeterpunten. Als deze worden opgepakt, zal zij het centrum ongetwijfeld vaker bezoeken en meer besteden.

Hogeschool  van Arnhem en Nijmegen

HAN
ONDERZOEKS
CENTRUM RETAIL

Deze publicatie is een uitgave van het HAN Onderzoekscentrum Retail. Bent u actief als retailer of centrummanager en wilt u graag kosteloos verder geïnformeerd worden over onze activiteiten of onderzoeksresultaten? Neem dan contact met ons op.

Peggy de Jong, Coördinator & Onderzoeker

Website: www.han.nl/OCRetail

Email: Peggy.deJong@han.nl

Mobiel: 06-22668602