

## persbericht

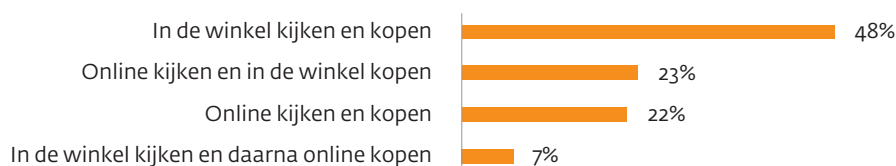
# WINKELLEN IN DE BINNENSTAD BLIJFT POPULAIR ONDER JONGEREN

**Amsterdam, 15 november 2017 – Vastned, de beursgenoteerde Europese winkelvastgoedonderneming met focus op venues for premium shopping, heeft onafhankelijk onderzoek laten uitvoeren naar het winkelgedrag van Nederlanders tussen de 14 en 25 jaar. Uit dit onderzoek blijkt dat 71% van de jongeren het liefst winkelt in een fysieke winkel.**

Taco de Groot, CEO Vastned: *“Ondanks de grote stijging van het aantal online winkels in de afgelopen jaren, zie je dat jonge mensen graag naar de stad blijven gaan om te winkelen. Voor retailers zal daarom de locatie van de winkel een belangrijke rol blijven spelen. Wij zien dit als een bevestiging van onze strategische keuze voor populaire winkelstraten in grote Europese steden.”*

Jongeren vinden het gezellig om te winkelen met vrienden en familie en 95% gaat soms (65%) of meestal (29%) ook iets drinken of eten tijdens het winkelen. En dit gebeurt in 96% van de gevallen dichtbij de winkels, wat het belang van horeca in een winkelgebied onderstreept.

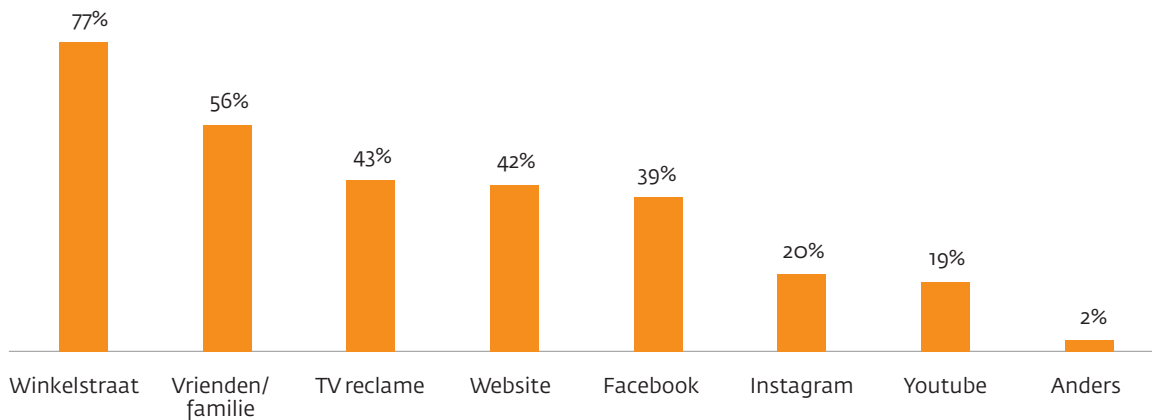
## WAT HEEFT JOUW VOORKEUR ALS HET GAAT OM WINKELLEN?



Jongeren vinden het kunnen passen en voelen van de kleding en het direct mee kunnen nemen de grootste voordelen van fysieke winkels. Dat artikelen niet altijd op voorraad zijn en dat er geen mogelijkheid tot prijsvergelijking bestaat, zijn voor hen de meest genoemde nadelen. Toch wordt er uiteindelijk veel in de winkel gekocht, al wordt soms van tevoren soms eerst online vergeleken.

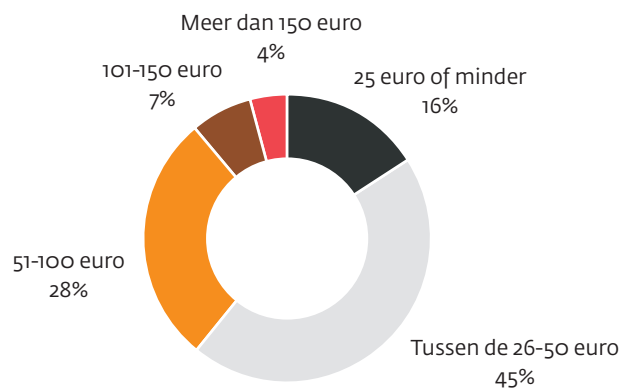
Voor retailers is één van de grootste uitdagingen om hun merk onder de aandacht te brengen bij hun doelgroep. Ondanks dat sociale media een grote rol speelt in het dagelijks leven, kennen de meeste jongeren, 77% van de ondervraagden, merken voornamelijk uit de winkelstraat. Vastned meent dat dit één van de redenen is voor sterke retailers om veel aandacht te besteden aan flagshipstores en zichtbaarheid in bekende winkelstraten.

### WAAR KEN JE MERKEN VAN? (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)



63% van de 14 tot 25-jarigen gaat vaker dan 2 keer per maand winkelen en geven dan het meeste geld uit aan kleding, schoenen en eten & drinken (exclusief boodschappen). Vrouwen geven, misschien niet heel verrassend, gemiddeld wat meer uit aan make-up, en mannen aan sportartikelen. Een groot deel van de jongeren (45%) besteedt tussen de € 26 en € 50 per keer dat ze gaan winkelen, 39% geeft zelfs meer dan € 50 uit.

### HOEVEEL EURO GEEF JE GEMIDDELD UIT ALS JE GAAT WINKELLEN?



Het onderzoek naar het winkelgedrag van Nederlandse jongeren bevestigt dat Vastned met haar focus op winkelpanden in historische binnensteden van geselecteerde Europese steden, de juiste strategie volgt: winkelgebieden in de oude binnenstad behouden duidelijk hun aantrekkingskracht voor de consument en blijven daarom relevant voor retailers.

### **Over het onderzoek**

Na deskresearch naar het winkelgedrag van jongeren is een kwantitatief onderzoek uitgevoerd door Djem Insight Studio onder een representatieve steekproef van jongeren in de leeftijd van 14-18 jaar en 19-25 jaar. In totaal zijn 1006 jongeren ondervraagd over hun winkelgedrag. Voor het trekken van een representatieve steekproef is gebruik gemaakt van de Gouden Standaard (MOA). De respondenten zijn geworven uit het CG panel.

### **Over Vastned**

Vastned is een beursgenoteerde Europese winkelvastgoedonderneming met focus op “venues for premium shopping”. Vastned investeert in geselecteerde steden in Europa met een duidelijke focus op het beste winkelvastgoed in de populairste winkelstraten in grotere steden. Huurders van Vastned zijn sterke en toonaangevende internationale en nationale retailmerken. De vastgoedportefeuille heeft een omvang van circa € 1,6 miljard.

### **Verdere informatie:**

Anneke Hoijtink  
*Investor Relations Manager*  
anneke.hoijtink@vastned.com  
Tel: +31 6 31637374