

Persbericht

BINNENSTAD MEEST GELIEFD BIJ WINKELLENDE NEDERLANDERS

Breed aanbod van winkels maakt binnenstad populair

Rotterdam, 20 september 2012 - Meer dan de helft van de Nederlanders (55%) winkelt het liefst in de historische binnenstad. Zo blijkt uit een onderzoek uitgevoerd door Peil.nl onder 1500 Nederlandse consumenten uit het hele land in opdracht van Vastned, het beursgenoteerde Europese vastgoedfonds met een focus op *venues for premium shopping*. De grote aantrekkingskracht van de binnenstad is in eerste instantie het brede aanbod van winkels, ten tweede de combinatie van winkels, restaurants en andere uitgaansmogelijkheden en ten derde de authentieke sfeer van de binnenstad.

Geld mag rollen in de binnenstad

De populariteit van de binnenstad wordt nog eens bevestigd door de hoeveelheid bezoeken van de Nederlandse consument aan de binnenstad: de helft van de respondenten gaf aan meer dan één keer per maand de binnenstad te bezoeken en dan geeft men er ook geld uit. Tweederde van de respondenten doet bij minstens de helft van de bezoeken aan de binnenstad een (non-food) aankoop.

Nederlander is wel kritisch over binnenstad

De binnenstad moet zijn populariteit wel blijven verdienen, want het Nederlands winkelend publiek stelt eisen aan de kwaliteit. Zo wil men in de binnenstad het liefst een mix van winkels. De binnenstad moet nadrukkelijk geen eenheidsworst worden. Die beperkte variëteit in het winkelaanbod doet voor veel mensen af aan de (aantrekkings)kracht van de binnenstad. Ook moet er een goede balans zijn tussen kleinere lokale winkels, en de grote, bekende ketens. Een grote meerderheid van de respondenten (86%) vindt dan ook dat de gemeente een actief beleid moet voeren dat de binnenstad aantrekkelijk maakt voor grote en kleine winkelmerken.

Persbericht

Werk aan de winkel voor de binnensteden

Taco de Groot, Chief Executive Officer van Vastned reageert op de uitkomsten van het onderzoek: "De binnenstad heeft goede papieren om in deze economische tijd succesvol te blijven. Dat er ook grote uitdagingen zijn om dit succes in stand te houden, bevestigt dit onderzoek weer eens. Beperkte variëteit in winkelaanbod en hoge parkeertarieven kunnen een enorme impact hebben op de aantrekkingskracht van de binnenstad. Het vereist een structurele, gecoördineerde aanpak van beleidsmakers, ondernemers, winkeliers en investeerders om een antwoord te bieden. Er is heel wat werk aan de winkel."

Verschillen per regio

Het onderzoek laat ook een aantal verschillen zien tussen de Nederlandse regio's: de ruime winkeltijden van de binnenstad worden vooral in de grote steden gewaardeerd maar in de oostelijke provincies hecht men er vooral waarde aan de aankopen direct mee naar huis te kunnen nemen en de producten te kunnen zien en aan te raken. Het kunnen zien en aanraken van de producten wordt ook in het zuiden van het land sterk gewaardeerd, terwijl in het noorden de gezellige drukte in de binnenstad hoog scoort.

Over Vastned

Vastned is een Europees beursgenoteerd (NYSE Euronext Amsterdam) winkelvastgoedfonds met focus op venues for premium shopping. Er wordt belegd in geselecteerde geografische markten in Europa en Turkije, waarbij Vastned zich richt op het beste winkelvastgoed in de populairste winkelstraten in grotere steden ("high streets"). Vastned bezit daarnaast aantrekkelijke winkelcentra en retail warehouses. Huurders van Vastned zijn sterke en toonaangevende internationale en landelijke retailmerken. De vastgoedportefeuille heeft een omvang van ongeveer € 2,1 miljard.

Noot voor de redactie, niet ter publicatie

Peil.nl voerde het onderzoek in de zomer van 2012 uit onder 1500 Nederlandse consumenten uit het hele land in opdracht van Vastned, het beursgenoteerde Europese vastgoed fonds met een focus op venues for premium shopping.

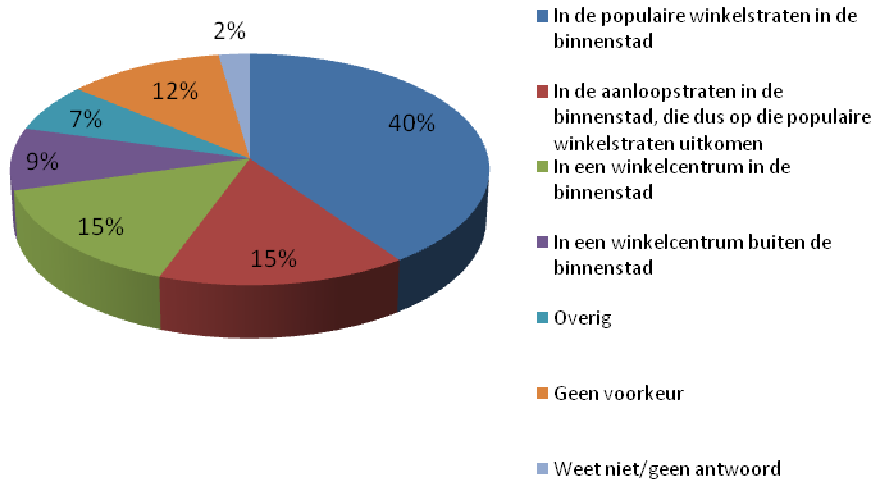
Voor nadere informatie:

Arnaud du Pont, Directeur Investor Relations, 010 2424310,
arnaud.du.pont@vastned.com

Persbericht

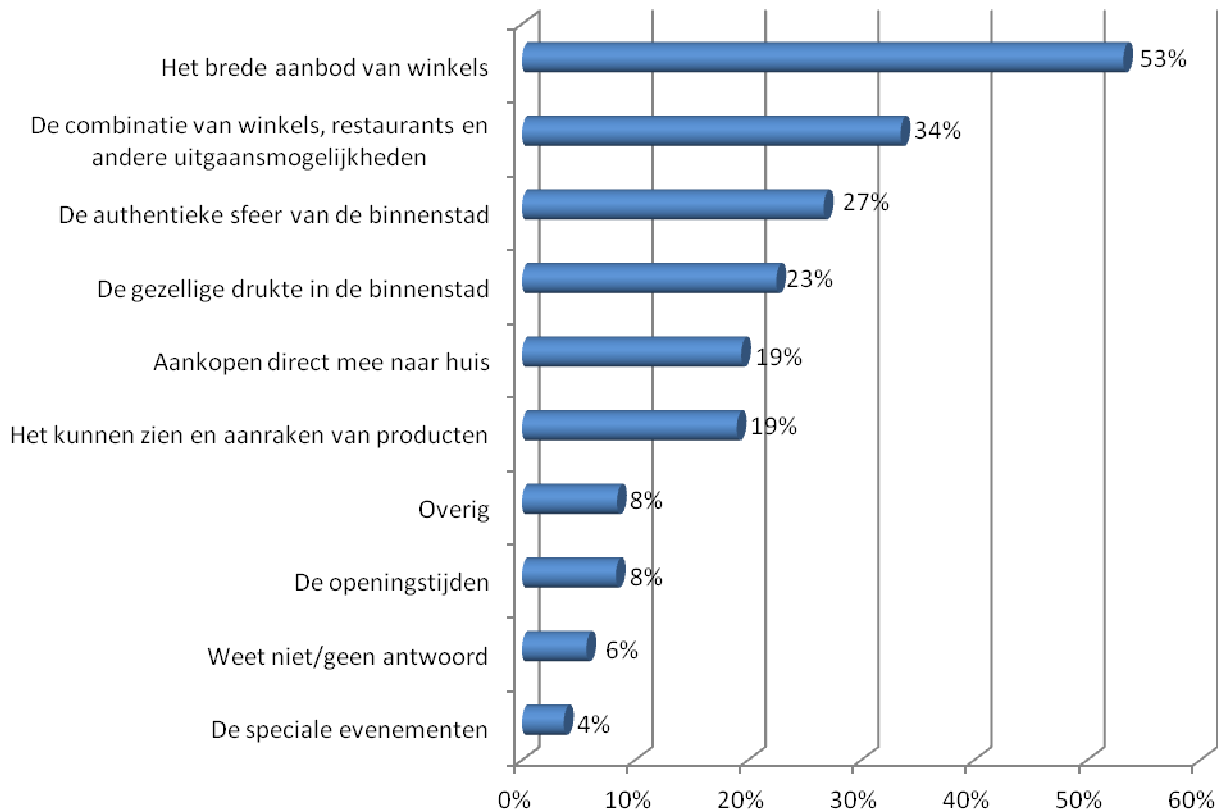
Bijlage 1: Resultaten

Waar gaat u het liefst winkelen in die stad?



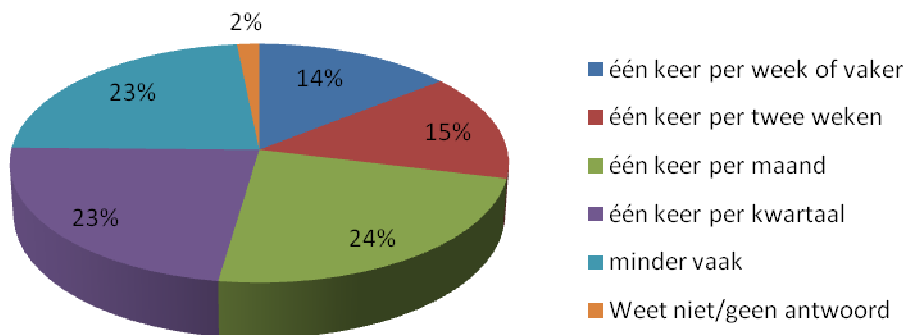
Persbericht

Wat maakt voor u winkelen in de binnenstad aantrekkelijk (meerdere antwoorden mogelijk)?

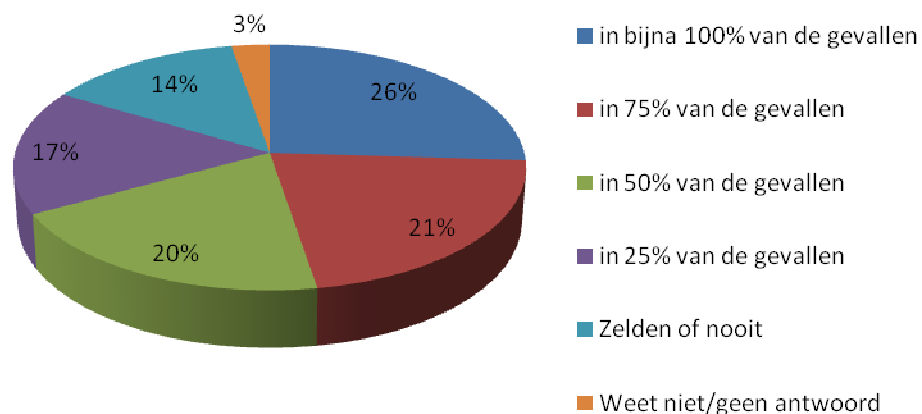


Persbericht

Hoe vaak bezoekt u die binnenstad om te winkelen?

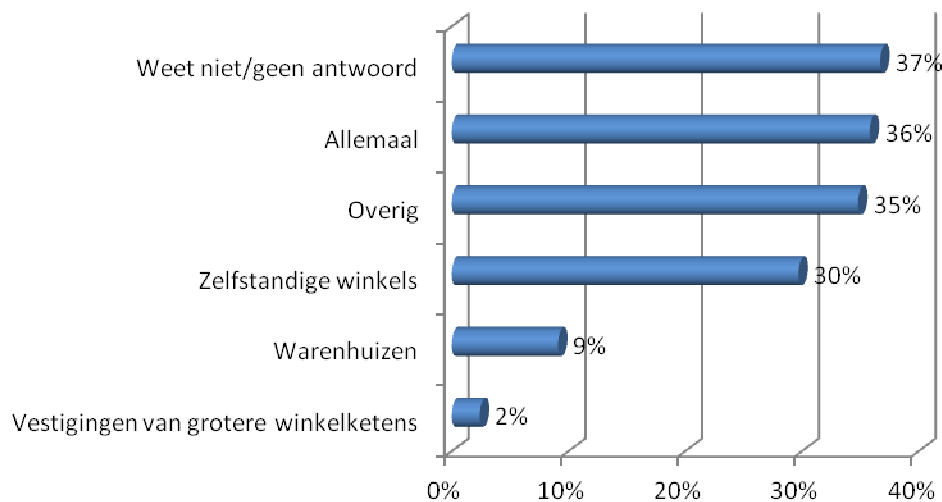


Hoe vaak doet u tijdens een bezoek aan die binnenstad, ook daadwerkelijk een (non-food) aankoop?

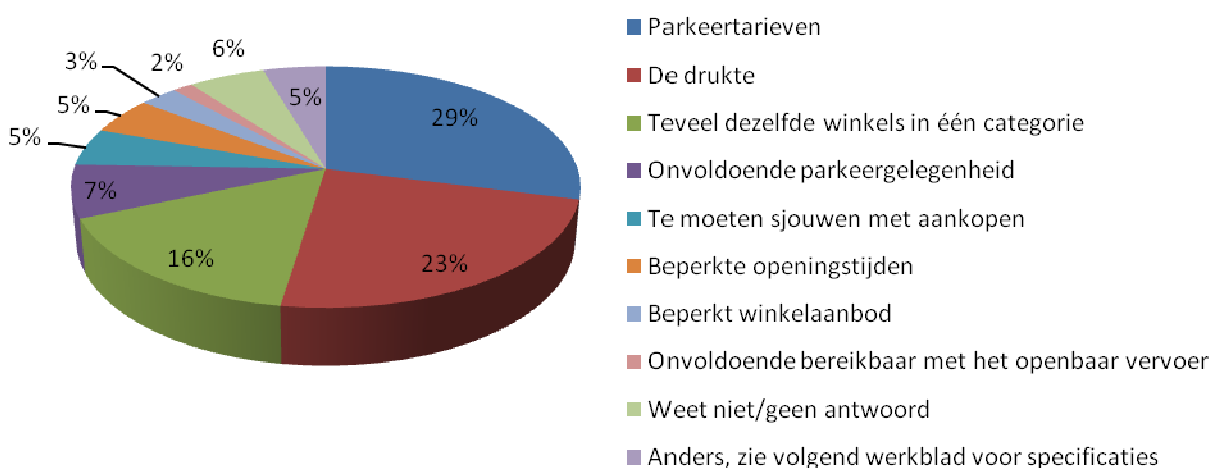


Persbericht

Wat voor soort winkels bezoekt u het meest in de binnenstad? (meerdere antwoorden mogelijk)



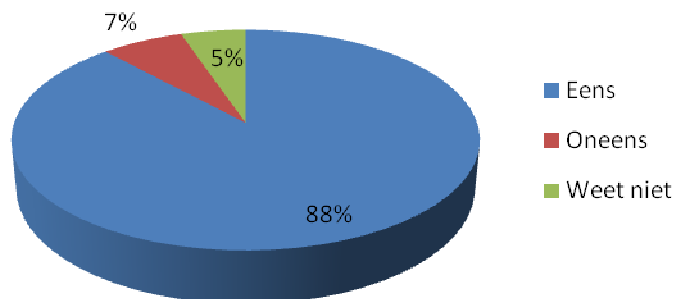
Wat vindt u het minst aantrekkelijke aspect van winkelen in de binnenstad?



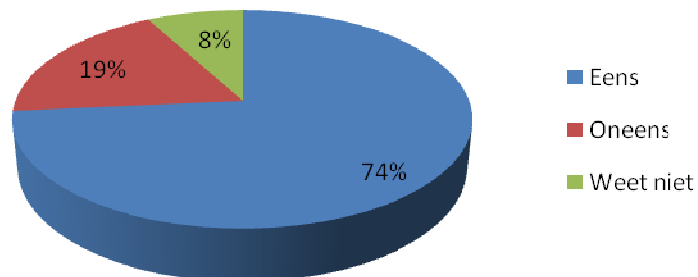
Persbericht

Stellingen:

**Winkels van kleinere, lokale ondernemers
maken winkelen in de binnenstad aantrekkelijk**

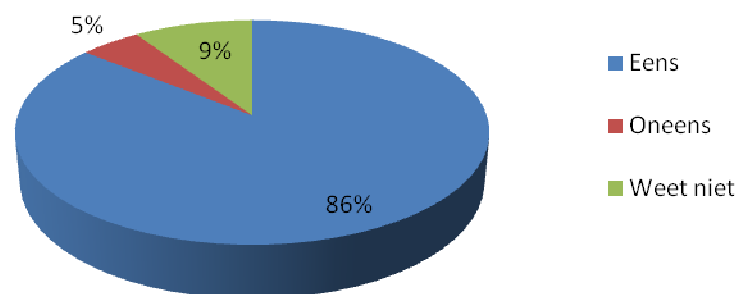


**Winkels van grote en bekende merken horen thuis
in een binnenstad**



Persbericht

Gemeenten moeten een beleid voeren dat de binnenstad aantrekkelijker maakt voor grote en kleine winkelmerken om zich te vestigen



Persbericht

Wat maakt voor u winkelen in de binnenstad aantrekkelijk?

