

Onderzoeksverantwoording bij het artikel
"Met méér autobezoekers méér winkelomzet: de feiten over het effect van gratis parkeren"

Door Hans van Tellingen, Milan Caspers en Jeroen Verwaaijen *)

Per winkelcentrum of –gebied kennen wij het aantal wekelijkse bezoekers. Wij kennen ook de bestedingen en dus ook de weekomzet. Verder kennen wij onder andere ook de vervoersmodaliteit, dus welk percentage van de mensen per auto is gekomen, lopend, per fiets of per openbaar vervoer. Wij weten ook wat de gemiddelde besteding per vervoerstype is.

Hieronder staat een aantal voorbeeldgetallen voor een willekeurig stadsdeelwinkelcentrum:

- Aantal wekelijkse bezoekers 124.000;
- Percentage dubbeltellingen bedraagt 8%, netto aantal bezoekers bedraagt dan 114.080;
- De gemiddelde bezoekenheid is 1,65, het aantal bezoekenheden is dan 69.139;
- De gemiddelde besteding per bezoekenheid is afgerond € 44,19
- De weekomzet is dan ruim 3 miljoen (afgerond € 3.055.000);
- Lopend komt 17% van de bezoekenheden, zij besteden gemiddeld € 22,81 per bezoekenheid en dat is goed voor 9% van de omzet;
- Per fiets komt 18% van de bezoekenheden, zij besteden gemiddeld € 28,84 per bezoekenheid en dat is goed voor 12% van de omzet;
- Per auto komt 52% van de bezoekenheden, zij besteden gemiddeld € 58,75 per bezoekenheid en dat is goed voor 69% van de omzet;
- Per openbaar vervoer komt 13% van de bezoekenheden, zij besteden gemiddeld € 35,13 per bezoekenheid en dat is goed voor 10% van de omzet;

Voor 34 winkelcentra hebben wij voor elk type winkelcentrum dit type uitkomsten vergaard.

Eindconclusie is dan dat gemiddeld 44% van de winkelcentrumbezoekers met de auto komt. Het aandeel van autobezoekers in de winkelomzet bedraagt gemiddeld 61%. Dit is een gemiddelde van 34 winkelcentra en winkelgebieden (wijkcentra, stadsdeelcentra, kernwinkelgebieden) waar Strabo de afgelopen drie jaar onderzoek heeft gedaan. Verder ligt het aandeel autobezoekers ruim 14%-punt (53% bij gratis parkeren ten opzichte van 39% bij betaald parkeren) hoger in centra met gratis parkeren. En, wanneer dat nieuwe autoklanten betreft, dat is een extra omzeteffect van ruim 20% (75% omzet via autobezoekers bij gratis parkeren ten opzichte van 55% bij betaald parkeren).

*) *Drs. Hans P. van Tellingen is algemeen directeur van winkelcentrumonderzoeker Strabo bv. www.strabo.nl. Hij is hoofdauteur van #WatNouEindeVanWinkels. Hans werkt momenteel met mede-auteurs aan #WatNouEindeVanWinkels deel 2; 'De Gouden Eeuw van de Winkel'. Reacties?: vantellingen@strabo.nl / 020 6260817 / 06 54348080/ Twitter: @hansvantelling.*

(*) *Drs. Jeroen P. Verwaaijen is directeur onderzoek van Strabo bv en is voor 50% eigenaar. verwaaijen@strabo.nl / Twitter: @jpverwaaijen. Jeroen is tevens columnist van Shopping Centre News.*

(*) *Drs. Milan Caspers is senior projectleider van Strabo bv. Milan schrijft jaarlijks tientallen rapporten over het functioneren van winkelcentra en geldt binnen Strabo als dé specialist op het gebied van de relatie tussen parkeren en winkelbestedingen. caspers@strabo.nl.*

***) *Check deze link (<https://retailtrends.nl/nieuws/51926/met-meer-autobezoekers-meer-winkelomzet-de-feiten-over-het-effect-van-gratis-parkeren>) voor het volledige artikel, waarbij dit geschrift als bijlage hierbij dient.*

****) *Elke wetenschapper die serieus geïnteresseerd is in onze rekenmethode, kan contact opnemen via vantellingen@strabo.nl. Wij geven dan nauwkeurig inzicht hierin.*