

NADERE ANALYSE

MONITOR

GRENZELOOS

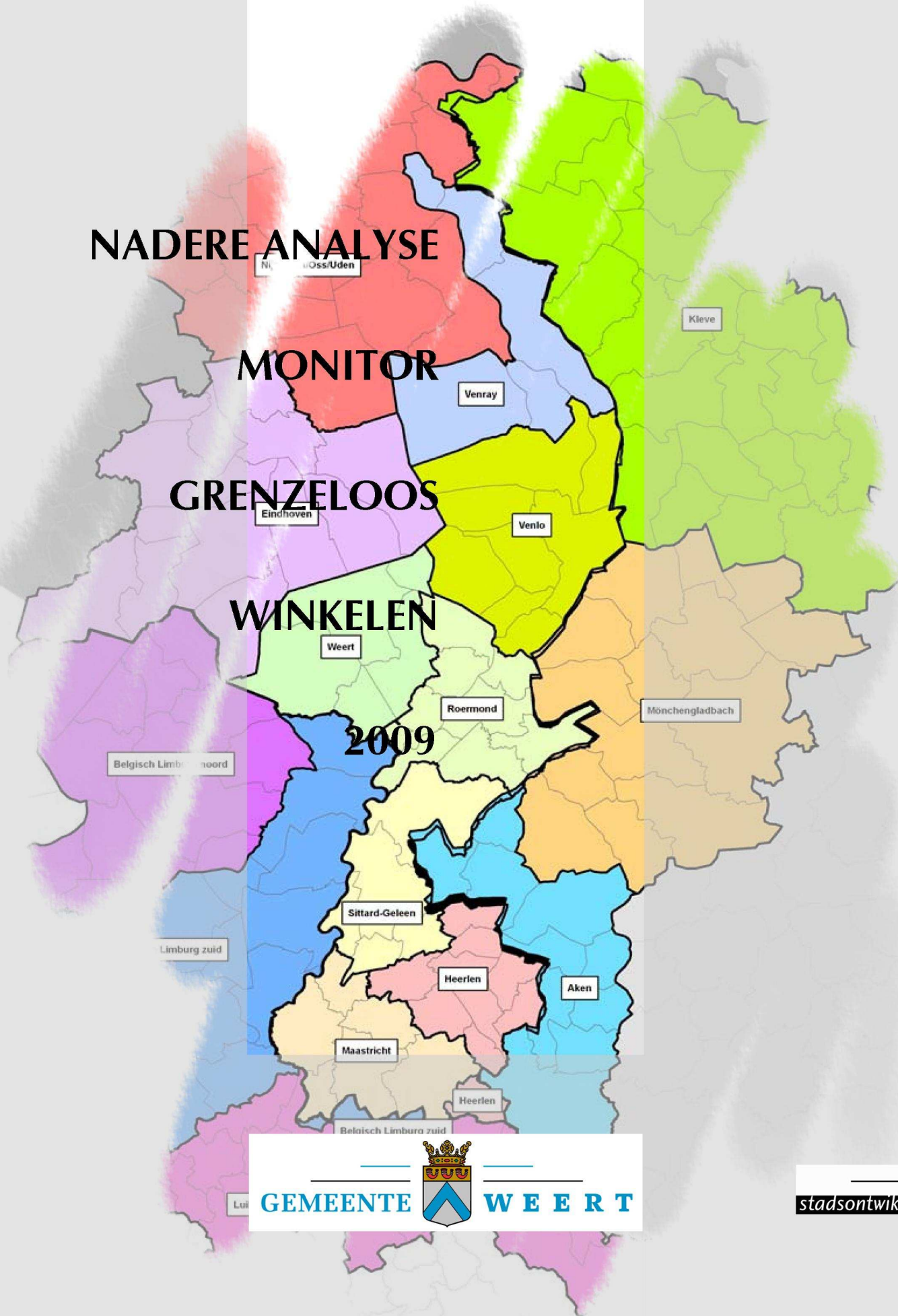
WINKELN

2009

GEMEENTE W E E R T



stadsontwikkeling



NADERE ANALYSE
MONITOR GRENZELOOS WINKELN
2009

10 november 2009

INHOUD

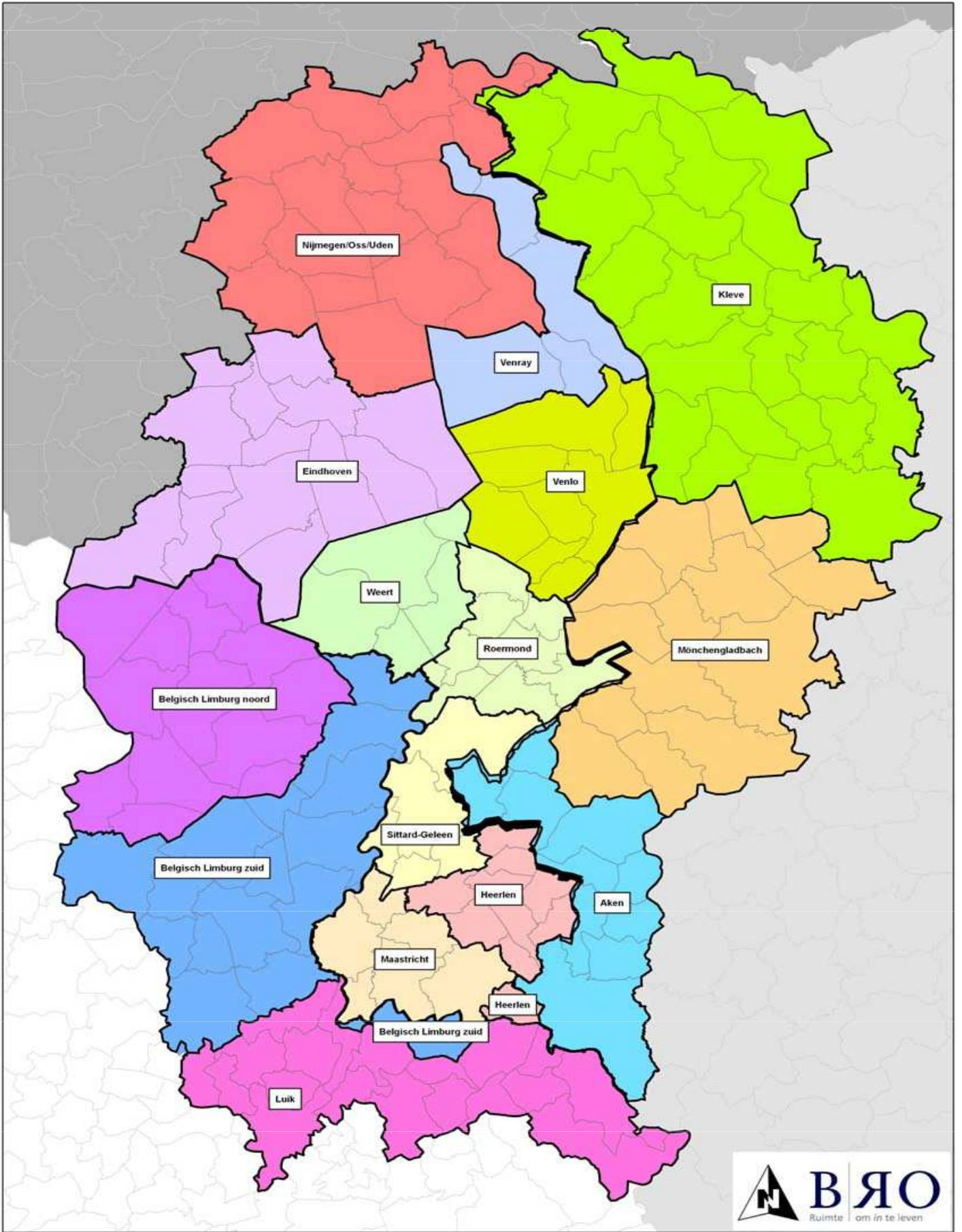
Inleiding	5
Het winkelen buiten de eigen regio door bewoners van de regio Weert	7
Bezoekers vanuit andere regio's aan Weert	8
Bestedingspatronen naar regio in 2009	9
Aankopen in Weert Centrum	11
Belangrijkste motief voor bezoek aan Weert Centrum	11
Redenen voor een bezoek aan Weert Centrum	12
Beoordeling van Weert Centrum	13
Boodschappen doen in het buitenland	14
Koopzondagen	14
Hoofdpunten	14

Inleiding

Om aankopen te doen wenden consumenten zich veelal tot de detailhandel in de eigen regio. Onder invloed van verbeterde infrastructuur, toegenomen mobiliteit en wijdverbreide reclame voor nieuwe ontwikkelingen bezoeken consumenten ook steeds meer naburige regio's in binnen- en buitenland. Aangrenzende, maar ook verder gelegen, winkelgebieden concurreren dan ook in toenemende mate met elkaar. Voor Limburgse consumenten geldt dat zij voornamelijk georiënteerd zijn op Nederlandse winkelgebieden, maar ook aan Belgische en Duitse winkelgebieden zoals Hasselt, Aken en Luik wordt een bezoek gebracht. Belgische Limburgers bezoeken bijvoorbeeld regelmatig Nederlands Limburg voor boodschappen, winkelen of werk, en Nederlandse Limburgers op hun beurt weten bijvoorbeeld de Belgische theaters en shopping malls te waarderen. Ook de Duitsers uit nabijgelegen regio's bezoeken veelvuldig winkelgebieden in Nederlands Limburg. Kortom, grenzeloos winkelen in de driehoek Nederland-Duitsland-België is in.

Tot enkele jaren geleden was er weinig kwantitatieve informatie beschikbaar over winkelen buiten de eigen regio en/of over de landsgrenzen. In 2004/2005 is voor het eerst grootschalig onderzoek verricht naar het bovenregionaal en grensoverschrijdend koopgedrag van consumenten in opdracht van de Kamer van Koophandel Zuid-Limburg, de provincie Limburg en de gemeenten Heerlen, Maastricht en Sittard-Geleen. Twee jaar later is het onderzoek herhaald, nu voor heel Limburg, waarin ook de Noord- en Midden-Limburgse centrumgemeenten hebben geparticipeerd. In 2009 is het onderzoek opnieuw uitgevoerd. Dit maakt het ook mogelijk om veranderingen in bestedingspatronen, bezoekmotieven en bezoekredenen waar te nemen.

Het is interessant kennis te nemen van de resultaten van het onderzoek die specifiek voor Weert relevant zijn, naast die welke voor Limburg in totaal gepresenteerd zijn. Voor de laatstgenoemde verwijzen wij naar het rapport "Grenzeloos winkelen 2009" van BRO. In deze notitie gaan we nader in op de cijfers over de regio Weert.



Het winkelen buiten de eigen regio door bewoners van de regio Weert

Het rapport gaat als eerste in op het winkelen buiten de eigen regio van bewoners van een regio. Respondenten uit de regio Weert (Weert, Nederweert en Leudal) zeggen iets meer dan gemiddeld dat zij af en toe of vaak buiten de eigen regio winkelen. Dat percentage is overigens wel lager geworden tussen 2007 (96,2) en 2009 (93,9). Vanwege de indeling van Haelen en Roggel & Neer in de regio Weert, anders dan in 2007 (zie blz. 7 voor een uitgebreide toelichting), hadden we mogen verwachten dat het percentage eerder zou zijn gestegen. Immers, de inwoners van deze voormalige gemeenten zullen vanwege de nabijheid toch overwegend in de regio Roermond, dus buiten de regio waartoe ze nu behoren, gaan winkelen.

Er zijn in 2009 dus wat meer mensen die zeggen nooit buiten hun eigen regio te gaan winkelen. Hieronder de opmerkelijke onderzoeksresultaten over het winkelen van de bewoners van de regio Weert buiten de eigen regio.

Aan de respondenten is gevraagd welk deel van hun uitgaven zij buiten de eigen regio hebben gedaan. Voor alle respondenten in het onderzoek is dat deel sinds 2007 toegenomen van 22,5 naar 25,5%. Voor de respondenten in de regio Weert is dat echter afgenomen van 36% in 2007 naar 32% in 2009. Dit spoort met de hierboven genoemde daling van het percentage respondenten uit de regio Weert die buiten de eigen regio winkelen. De wijziging in de regioindeling verklaart dit verschil waarschijnlijk ook voor een deel.

Bewoners van de regio Weert winkelen buiten hun eigen regio achtereenvolgens het vaakst in:

Percentage respondenten dat aangeeft winkelgebied weleens te bezoeken	2009	2007	toe-/afname in 2009 t.o.v. 2007
Eindhoven Centrum	73	82	-
Roermond Centrum	59	64	-
Roermond Designer Outlet Centrum	53	42	+
Maastricht Centrum	40	37	+
Roermond Retailpark	37	-	+
Maaseik	20	16	+
Roermond Huis- en tuinboulevard (Intratuin)	15	-	+
Heerlen Woonboulevard in de Cramer	14	24	-
Heinsberg	14	7	+
Maasmechelen Village	14	6	+
Son en Breugel Woonboulevard Ekkersrijt	13	15	-
Venlo Centrum	11	14	-
Peer Meubelboulevard	9	9	0
Heerlen Centrum en 't Loon	8	13	-
Sittard Centrum	8	13	-
Roermond Sijben/Trendhopper (Maasniel)	8	18	-
Valkenswaard Centrum	8	7	+
Hasselt	8	3	+
Maastricht Brusselse Poort	7	5	+
Aken/Aachen Centrum	7	2	+
Beek Makado	6	6	0
Venlo Trefcenter/Via Venlo Woonboulevard	6	6	0
Helmond Centrum	5	8	-

Percentage respondententen dat aangeeft winkelgebied weleens te bezoeken

Mönchengladbach	5	1	+
Neerpelt Centrum	5	6	-
Maasmechelen Centrum/M2	5	3	+

Voor de respondenten uit de regio Weert geldt de conclusie die voor alle respondenten is getrokken, nl. dat perifere, grootschalige en thematische winkelconcentraties het goed doen. Overigens met uitzondering van woonboulevards In de Cramer en Ekkersrijt.

Voor de respondenten uit de regio Weert zijn verreweg de belangrijkste bezoekmotieven: 'doen van gerichte aankopen' en 'recreatief winkelen'. Respondenten uit de regio Weert gingen in vergelijking met 2007 vaker de regiogrenzen over om gerichte aankopen te doen en minder om recreatief te winkelen. Als reden voor het bezoek werd het prijsniveau van de winkels in 2009 een stuk belangrijker gevonden dan in 2007.

Bezoekers vanuit andere regio's aan Weert

Grensoverschrijdend koopgedrag is tweerichtingsverkeer. Inwoners van de regio's rond de regio Weert komen ook naar Weert. In het onderzoek zijn in onze regio twee winkelgebieden onderscheiden: Weert Centrum en Roermondseweg/Moesdijk.

Slechts 1,3% van de respondenten uit het gehele onderzoeksgebied geven te kennen weleens naar de Roermondseweg/Moesdijk te gaan. Dat ligt ook voor de hand, gelet op de aard, schaal en omvang van dit winkelgebied. Alleen uit de regio Roermond komt een substantieel deel: 8,4% van de respondenten uit deze regio geven aan het gebied Roermondseweg/Moesdijk weleens te bezoeken.

In het vervolg zullen we ons dan ook beperken tot het winkelgebied Weert Centrum, tenzij anders aangegeven.

In 2009 zeggen iets minder respondenten dat zij Weert Centrum weleens bezocht hebben (2007: 7,7%; 2009: 6,7%). De verklaring hiervoor zal, in ieder geval deels, liggen in het feit dat de bezoekers vanuit Haelen en Roggel & Neer in 2009 niet meer meetellen als bezoekers van buiten de eigen regio.

Bewoners uit de volgende regio's geven aan Weert Centrum weleens te bezoeken.

Regio:	2009	2007	+/-
Roermond	36	41	-
Belgisch-Limburg-Noord	34	36	-
Eindhoven	22	19	+
Venlo	15	9	+
Belgisch-Limburg-Zuid	6	11	-
Sittard-Geleen	5	8	-
Maastricht	4	1	+
Heerlen	3	2	+
Venray	2	1	+
Krefeld/Kleve	2	1	+
Aachen	2	1	+
Mönchengladbach	2	0	+
Nijmegen/Oss/Uden	1	1	0
Luik	1	0	+

Weert heeft in bescheiden mate geprofiteerd van de algemene tendens dat consumenten vaker buiten de eigen regio zijn gaan winkelen. Vooral in de regio's Eindhoven en Venlo zeiden respondenten in 2009 vaker dan in 2007 dat ze Weert Centrum weleens bezochten.

Aan de respondenten is gevraagd welke drie winkelgebieden ze in 2008 het meest bezocht hebben. Vervolgens is voor deze drie winkelgebieden gevraagd naar de frequentie van het bezoek. Op basis daarvan is per winkelgebied de gemiddelde bezoekfrequentie bepaald.

Bezoekers van Weert Centrum bezoeken dit winkelgebied gemiddeld 12 keer per jaar. In 2007 was dat ook 12 keer.

Bestedingspatronen naar regio in 2009

Koopstromen naar regio (in mln. €)	Maastricht	Heerlen	Sittard-Geleen	Roermond	Weert	Venlo	Venray	Eindhoven	Nijmegen	Mönchengladbach	Krefeld/Kleve	Aachen	B-Limburg-Z	B-Limburg-N	Luik	Totaal
Maastricht					7,4											
Heerlen					4,4											
Sittard-Geleen					2,6											
Roermond					29,8											
Weert	0,6	1,3	1,5	5		4,4	0,4	15,8	1,7	4,1	6,3	2,9	4,8	11	0,7	60
Venlo					4,5											
Venray					0,3											
Eindhoven					14,5											
Nijmegen/Oss/Uden					1,3											
Mönchengladbach					4,4											
Kleve/Krefeld					0,2											
Aken					2,2											
Belgisch Limburg Zuid					10,1											
Belgisch Limburg Noord					1,9											
Luik					0,2											
Totaal					84											

Vooraf moet gesteld worden dat de cijfers met voorzichtigheid moeten worden gehanteerd. De tabel geeft de geschatte uitwisseling van de bestedingen naar regio weer. De inschattingen zijn gebaseerd op rekenschema's met verschillende landelijke kengetallen en aannames. Door stapeling van deze gegevens kunnen de eindresultaten alleen als indicatieve cijfers worden beschouwd.

Deze tabel laat zien dat consumenten uit de regio Weert ± 84 milj. buiten de eigen regio besteden, waarvan 30 milj. in de regio Roermond, 15 milj. in de regio Eindhoven en 10 milj. in de regio Belgisch Limburg Zuid.

Anderzijds besteden consumenten van buiten de regio Weert 60 milj. in de onderzochte winkelgebieden in de regio Weert (Weert Centrum en Roermondseweg/Moesdijk).

Vanuit de regio Weert wordt het meest besteed in de winkelgebieden in de regio's Roermond, Eindhoven en Belgische Limburg Zuid. Buiten deze gebieden wordt, behalve in Maastricht Centrum en Heerlen Woonboulevard, relatief weinig besteed.

Omgekeerd zijn het vooral bestedingen vanuit de regio's Eindhoven, Belgisch Limburg Noord en Roermond die naar Weert vloeien.

In 2009 werd € 84,0 milj. vanuit de regio Weert besteed in de winkelgebieden in de andere onderzochte regio's (2007: € 72,6 milj.). Omgekeerd vloeiden er in 2009 € 60,0 milj. naar de winkelgebieden in de regio Weert (Weert Centrum en Weert Roermondseweg) vanuit de andere onderzochte regio's (2007: € 66,1 milj.). Het 'bestedingstekort' van de regio Weert lijkt dus flink gegroeid.

Bij het bovenstaande past een belangrijke nuancering: de bestedingsoverschotten dan wel – tekorten kunnen naar omvang niet vergeleken worden met 2007. Dit houdt onder meer verband met hogere bestedingscijfers per hoofd van de bevolking in 2009 en wijzigingen in de bevolkingaantallen. Wel is de **richting** van de bestedingen te vergelijken met voorgaande meting. Dus: de toename van het "bestedingstekort" is relevant, niet de omvang van het verschil tussen 2007 en 2009.

Daarnaast speelt er in ons geval nog iets anders. In het onderzoek van 2007 waren de gemeenten Haelen, Roggel & Neer toegerekend aan de regio Roermond. Hunsel en Heythuysen behoorden tot de regio Weert. In 2009 is de nieuwe gemeente Leudal geheel toebedeeld aan de regio Weert. Dit betekent een verschuiving van 18.500 inwoners vanuit de regio Roermond naar de regio Weert.

Dit heeft tot gevolg dat bestedingen in Weert vanuit Haelen, Roggel & Neer, die in 2007 voor Weert nog meetelden als bestedingen vanuit de regio Roermond, nu niet meer meetellen als bestedingen vanuit andere regio's. Dat verklaart in ieder geval voor een deel de daling van de bestedingen in Weert van elders.

Omgekeerd tellen de bestedingen vanuit Haelen en Roggel & Neer in de andere regio's in 2009 ook mee in de uitgaande geldstroom vanuit de regio Weert, in tegenstelling tot 2007. Dat verklaart op zijn beurt een deel van de groei van de bestedingen vanuit de regio Weert in de andere gebieden. Uit nadere detailgegevens is af te leiden wat de invloed is geweest van de 'grenscorrectie': Als nu dezelfde regio-indeling zou zijn gebruikt als in 2007, dan zou het bestedingstekort van Weert afgerond 8 milj. zijn geweest i.p.v. 24 milj. In 2007 was het bestedingstekort 6,5 milj. Het bestedingstekort is dus volgens deze berekeningswijze toegenomen met 1,5 milj.

Het totaal van de bestedingen over en weer in de onderzochte gebieden is in 2009 13% hoger (€ 2,94 miljard) dan in 2007 (€ 2,61 miljard).

Slecht resultaat voor Weert is natuurlijk wèl dat van deze algemene toename van de bestedingen per saldo niets in het Weertse is terechtgekomen. Na twee metingen kan niet met zekerheid geconcludeerd worden dat hier sprake is van een trend. Daarvoor zijn minimaal 3 metingen nodig. Het is natuurlijk wèl verstandig om bij voorbaat op zoek te gaan naar mogelijkheden om afvloeiing van bestedingen te verminderen of/en toevloeiing te bevorderen.

Aankopen in Weert Centrum

	2009	2007	2009 t.o.v. 2007
Modisch	64%	71%	-
Huishoudelijk en luxe	25%	32%	-
Hobby en vrije tijd	16%	19%	-
Media	16%	22%	-
Elektrisch	4%	5%	-
Woninginrichting	5%	3%	+
DHZ en tuin	7%	7%	0
Levensmiddelen	29%	16%	+
Drogisterij en pers. verz.	31%	23%	+
Horeca	38%	43%	-

Gevraagd naar de aankopen gedaan tijdens het laatste bezoek aan Weert antwoorden de respondenten opvallend vaker dan in 2007 dat zij levensmiddelen en drogisterij-artikelen hebben gekocht. Minder genoemd worden: modisch, huishoudelijke artikelen, media en horeca.

Belangrijkste motief voor bezoek aan Weert Centrum

Hierbij is twee maal een vergelijking gemaakt: eerst met de Nederlandse stadscentra in het onderzoeksgebied en vervolgens met de Limburgse stadscentra.

Belangrijkste bezoekmotief	Recreatief winkelen	Doen van gerichte aankopen	Bezoek markt	Bezoek horeca	Bezoek culturele bezienswaar- digheden	Bezoek evene- menten	Voor werk/ zaken	Bezoek familie/ vrienden
Maastricht	57	15	7	5	5	2	3	6
Uden	56	26	1	0	2	3	5	8
Eindhoven	52	21	4	3	3	3	5	8
Weert	46	31	6	2	2	2	1	10
Sittard	45	20	9	5	1	2	4	14
Roermond	44	27	8	5	2	2	3	9
Heerlen	43	36	4	4	1	2	4	6
Nijmegen	43	28	5	4	5	6	2	8
Helmond	37	25	9	8	0	1	3	17
Venray	32	38	13	4	0	2	4	8
Valkenswaard	30	24	31	1	0	1	1	11
Kerkrade	29	28	15	4	3	6	5	10
Geleen	28	33	11	0	3	3	12	10
Venlo	26	46	17	3	2	2	1	4
Oss	12	45	4	7	0	4	9	20

Van de stadscentra van de Nederlandse steden in het onderzoek staat Weert Centrum op de 4e plaats in de rangorde wat betreft 'recreatief winkelen' als belangrijkste bezoekmotief en op de 6e plaats in de rangorde wat betreft 'doen van gerichte aankopen'.

Belangrijkste bezoekmotief	Recreatief winkelen	Doen van gerichte aankopen	Bezoek markt	Bezoek horeca	Bezoek culturele bezienswaardigheden	Bezoek evenementen	Voor werk/zaken	Bezoek familie/vrienden
Maastricht	57	15	7	5	5	2	3	6
Weert	46	31	6	2	2	2	1	10
Sittard	45	20	9	5	1	2	4	14
Roermond	44	27	8	5	2	2	3	9
Heerlen	43	36	4	4	1	2	4	6
Venray	32	38	13	4	0	2	4	8
Kerkrade	29	28	15	4	3	6	5	10
Geleen	28	33	11	0	3	3	12	10
Venlo	26	46	17	3	2	2	1	4
Weert	46	31	6	2	2	2	1	10

Van de stadscentra van de Limburgse steden in het onderzoek staat Weert Centrum op de 2e plaats in de rangorde wat betreft 'recreatief winkelen' als belangrijkste bezoekmotief en op de 5e plaats in de rangorde wat betreft 'doen van gerichte aankopen'.

Relatief veel bezoekers komen dus naar Weert voor 'een dagje winkelen' en minder om 'even een aankoop te doen'.

Redenen voor een bezoek aan Weert Centrum

Ook hierbij is tweemaal een vergelijking gemaakt: met de Nederlandse stadscentra in het onderzoek en met de Limburgse stadscentra.

Reden voor het bezoek aan Weert Centrum in vergelijking met andere stadscentra	Nederlandse stadscentra	Limburgse stadscentra
Het aantal winkels	+	+
De kwaliteit van de winkels	-	-
Het prijsniveau in de winkels	0	0
De variatie in het assortiment	0	+
De kwaliteit van de horeca	-	-
De klantvriendelijkheid	-	-
De sfeer/gezelligheid	+	+
De bereikbaarheid per auto	+	+

*Vergelijking met alle **Nederlandse stadscentra***

Weert scoort relatief goed op: 'bereikbaarheid per auto en 'sfeer en gezelligheid' en iets meer dan gemiddeld op 'aantal winkels'.

Weert scoort relatief minder goed op: 'kwaliteit winkels', 'kwaliteit horeca', 'klantvriendelijkheid'. Weert scoort gemiddeld op: 'prijsniveau winkels' en 'variatie in assortiment'.

*Vergelijking met de **Limburgse stadscentra***

Weert scoort relatief beter op: 'aantal winkels', 'variatie in assortiment', 'sfeer en gezelligheid' en veel beter op 'bereikbaarheid per auto'.

Weert scoort relatief minder op: 'kwaliteit winkels', 'kwaliteit horeca' en 'klantvriendelijkheid'. Weert scoort gemiddeld op: 'prijsniveau winkels'.

Een voorzichtige vergelijking met de cijfers van 2007 leert dat er weinig verschillen zijn, met uitzondering van het noemen van de 'kwaliteit van de winkels' als voornaamste reden voor het bezoek. Lag dat in 2007 nog hoger dan het gemiddelde, in 2009 lag dat lager.

De kwaliteit van de winkels in Weert is dus anno 2009 minder vaak een reden om Weert te bezoeken dan in 2007, in ieder geval in vergelijking met andere steden. Dit kan een teken aan de wand zijn: het is aan de (gezamenlijke) detailhandelsondernemers van Weert Centrum om te voorkomen dat het imago van Weert als binnenstad met relatief veel en goede kwaliteitszaken (i.c. van Weerter ondernemers) een deuk krijgt.

Er ligt ook een duidelijke taak voor alle betrokkenen om te zorgen dat bij een volgend onderzoek op de onderdelen 'kwaliteit horeca' en 'klantvriendelijkheid' weer beter gescoord wordt. Het onderzoek biedt geen nader inzicht in de oorzaken van deze minder goede scores. Betrokkenen zullen dus bij zichzelf te rade moeten gaan over de oorzaken ofwel nader onderzoek (laten) verrichten.

Beoordeling van Weert Centrum

In de beoordeling van de respondenten van Weert Centrum is tussen 2007 en 2009 een en ander verschoven.

Beoordeling winkelgebieden	2007	2009	-/+	Gemiddelde Nederlandse stedencentra 2009	Centrum Weert t.o.v. gemiddelde Nederlandse stedencentra 2009
Aantal winkels	7,6	7,7	+	7,4	+++
Kwaliteit winkels	7,6	7,6	0	7,4	++
Prijsniveau winkels	7,3	7,4	+	7,1	++
Variatie in assortiment	7,6	7,7	+	7,5	++
Kwaliteit horeca	7,4	7,6	++	7,5	+
Klantvriendelijkheid	7,7	7,6	-	7,3	+++
Sfeer/gezelligheid	7,8	7,6	--	7,3	+++
Bereikbaarheid per auto	7,8	7,8	0	7,6	++
Bereikbaarheid per OV	6,6	7,0	++++	6,7	+++
Bewegwijzering parkeervoorzieningen	7,3	7,2	-	7,1	+
Aantal parkeerplaatsen	7,2	7,2	0	7,1	+
Hoogte parkeertarieven	5,9	6,3	++++	6,3	0
Totaal	7,3	7,3	0	7,2	+

Het aantal, het prijsniveau en de variatie in het assortiment van de winkels worden in 2009 iets hoger gewaardeerd en de bereikbaarheid per openbaar vervoer en de hoogte van de parkeertarieven worden duidelijk hoger gewaardeerd. Daartegenover worden de klantvriendelijkheid en de bewegwijzering van de parkeervoorzieningen iets lager gewaardeerd en de sfeer/gezelligheid duidelijker lager.

Zoals uit de laatste twee kolommen blijkt wordt Weert over de gehele linie nog wel duidelijk hoger gewaardeerd dan de Nederlandse stadscentra in het onderzoek gemiddeld. De aandachtspunten voor Weert zijn echter duidelijk: klantvriendelijkheid, bewegwijzering van de parkeervoorzieningen en de sfeer/gezelligheid. Wat de oorzaak is van het achteruitgang van de waardering van de sfeer en gezelligheid is niet uit de onderzoeksresultaten te halen. Ook hier dus weer de vraag: brainstorm of nader onderzoek?

Boodschappen doen in het buitenland

Voor het totale onderzoeksgebied geldt dat in 2009 aanmerkelijk meer respondenten te kennen geven dat zij weleens in het buitenland boodschappen doen dan in 2007.

Het aandeel respondenten uit de regio Weert dat aangeeft in het buitenland weleens boodschappen te doen is daarentegen iets gedaald. Opvallend in de regio Weert is de daling met ruim een kwart van het aandeel dat weleens in België boodschappen doet. Dat zal te maken hebben met het relatief hogere prijspeil in België in vergelijking met enkele jaren geleden.

Koopzondagen

Mate van winkelen op koopzondag buiten de regio	Maastricht	Heerlen	Sittard-Geleen	Roermond	Weert	Venlo	Venray	Eindhoven	Nijmegen
Ja, af en toe	38	41	49	41	60	53	45	30	38
Ja, (bijna) al mijn niet-dagelijkse aankopen	3	1	3	2	2	4	5	2	0
Nee, nooit	60	58	48	57	38	43	50	68	62
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Respondenten uit de regio Weert gaan van alle regio's het vaakst buiten de eigen regio op koopzondagen winkelen. Zij geven ook veel meer aan dan in 2007 dat ze op koopzondag buiten de eigen regio gaan winkelen (2007: 51%; 2009: 62%).

Ze geven ook het meeste uit, zowel aan dagelijkse artikelen (€ 75,-) als aan niet-dagelijkse artikelen (€ 128,-). Het gemiddelde ligt op € 62,- respectievelijk € 97,-.

Zij geven meer dan gemiddeld aan dat het geen extra uitgaven zijn, maar uitgaven die ze anders op andere dagen zouden hebben gedaan, en wellicht dan wél in de eigen regio. Zij geven dat ook veel meer aan (70%) dan in 2007 (59%).

Tot slot, ze geven ook nog relatief vaak te kennen dat, als er meer koopzondagen buiten de eigen regio komen, dat ze daar dan nóg vaker gaan winkelen.

Dit betekent dus potentieel een groeiende afvloeiing van omzet vanuit de regio Weert naar elders. Dat is geen goed teken.

Hoofdpunten

- Het geschatte bestedingstekort voor de regio Weert is in vergelijking met 2007 met ± 1,5 milj. iets toegenomen.
- Van de forse algemene toename van de bestedingen is per saldo niets in het Weertse terechtgekomen. Dat vraagt om bezinning.
- Relatief veel bezoekers komen naar Weert Centrum voor 'een dagje winkelen' en minder om 'even een aankoop te doen'.
- De kwaliteit van de winkels in Weert Centrum is anno 2009 minder vaak een reden om Weert te bezoeken dan in 2007, in ieder geval in vergelijking met andere steden. Weert onderscheidt zich in de ogen van de consument dus minder dan in 2007 van de andere onderzochte steden. Dat hoeft niet te betekenen dat de kwaliteit van de winkels in Weert is achteruitgegaan. Deze kan ook zijn vooruitgegaan in de andere steden. Toch zouden we moeten bezien of het onderscheidend karakter van Weert op dit punt weer versterkt kan worden.

- In vergelijking met andere steden scoort Weert relatief ook minder op de bezoekrekenen 'kwaliteit van de horeca' en 'klantvriendelijkheid'.
- In de beoordeling van de respondenten van Weert Centrum worden het aantal, het prijsniveau en de variatie in het assortiment van de winkels in 2009 iets hoger gewaardeerd en de bereikbaarheid per openbaar vervoer en de hoogte van de parkeertarieven worden duidelijk hoger gewaardeerd.
- Daartegenover worden de klantvriendelijkheid en de bewegwijzering van de parkeervoorzieningen iets lager gewaardeerd en de sfeer/gezelligheid duidelijker lager. Dat vraagt om actie tot verbetering.
- Over de gehele linie wordt Weert Centrum nog wel duidelijk hoger gewaardeerd dan de Nederlandse stadscentra in het onderzoek gemiddeld.
- Respondenten uit de regio Weert gaan van alle regio's het vaakst buiten de eigen regio op koopzondagen winkelen. Zij geven ook veel meer dan in 2007 aan dat ze op koopzondag buiten de eigen regio gaan winkelen. Ze geven ook relatief het meeste uit op de koopzondagen. Zij geven meer dan gemiddeld aan dat het geen extra uitgaven zijn, maar uitgaven die ze anders op andere dagen zouden hebben gedaan. Tot slot, ze geven ook nog relatief vaak te kennen dat, als er meer koopzondagen buiten de eigen regio komen, dat ze daar dan nóg vaker gaan winkelen. Dit betekent dus een groeiende afvloeiing van potentiële omzet vanuit de regio Weert naar elders.
Dit pleit voor een verbetering van het concept van de koopzondag in Weert Centrum.

Het overall beeld dat uit de genoemde hoofdpunten zou kunnen ontstaan, nl. dat het niet zo goed gaat met Weert Centrum, is niet terecht. Nogmaals: over de gehele linie wordt Weert Centrum nog steeds duidelijk hoger gewaardeerd dan de Nederlandse stadscentra in het onderzoek gemiddeld. Bovendien: Weert is niet zomaar als tweede geëindigd bij de verkiezing tot Beste Binnenstad 2009.

Dat wil niet zeggen dat achterover geleund kan worden. Dat gebeurt ook niet. De Stichting Centrummanagement Weert is al op verschillende manieren hard bezig om de binnenstad te versterken. De organisatie daarvoor staat er.

Centrummanagement Weert zal het rapport en de notitie hanteren om in haar werkgroepen voor strategie, visie en ontwikkeling en evenementen, marketing en promotie acties te formuleren om te werken aan de uit het onderzoek naar voren gekomen aandachtspunten voor Weert Centrum.

Ook in fysieke zin zal de binnenstad van Weert de komende jaren versterkt worden door de uitvoering van de bouwprojecten in het Stationsstraatgebied en aan het Bassin, op iets langere termijn in het Beekstraatkwartier. Met name in het laatstgenoemde gebied liggen kansen om de versterkende elementen onder te brengen.

Als al deze projecten zijn uitgevoerd zal dat ongetwijfeld zichtbaar worden in de resultaten van een volgende monitor.