



DTNP heeft een grootschalig onderzoek uitgevoerd naar de mate waarin supermarktklanten hun supermarktbezoek combineren met bezoek aan andere winkels in het winkelgebied. Het blijkt dat twee op de drie supermarktklanten tijdens hetzelfde bezoek één of meer andere winkels binnenlopen. Supermarkten zijn daardoor van groot belang voor dagelijkse speciaalzaken.

#### Aanleiding en doel

Consumenten waarderen een gevarieerd aanbod aan speciaalzaken en dagelijkse winkels zijn een belangrijke voorwaarde voor levendige dorps- en wijkcentra. Toch neemt het aantal dagelijkse speciaalzaken af, en het marktaandeel van supermarkten voor dagelijkse aankopen toe. Supermarkten worden steeds groter en kunnen ook functioneren zonder centrum. Geldt dit andersom ook? Kunnen winkels in dorps- en wijkcentra zonder supermarkt? Doel van dit onderzoek is inzicht te verkrijgen in het bezoekgedrag van supermarktklanten, om zo een uitspraak te kunnen doen over het belang van supermarkten voor het overige winkelaanbod in dorps- en wijkcentra.

#### Aanpak

DTNP doet periodiek eigen veldwerkonderzoek voor de cijfermatige onderbouwing van haar advisering in centrumgebieden en winkelcentra. Ook dit onderzoek is uitgevoerd op initiatief van DTNP. In totaal zijn 4.750 supermarktbezoekers ondervraagd, verspreid over 30 dorps- en wijkcentra in Nederland. Om de samenhang goed te kunnen vergelijken, is steeds gezocht naar centra die bestaan uit één supermarkt en tenminste een drogist en drie speciaalzaken (bakker/groenteman/slager/kaasboer/visboer/slijter). In het onderzoek is daarnaast gelet op kenmerken van de supermarkt: ligging ten opzichte van overig winkelaanbod, servicegraad ((full)service of discount) en omvang.

**Onderzoek naar combinatiebezoek  
tussen supermarkt en speciaalzaak**



## Resultaten

Uit het onderzoek blijkt dat:

- Gemiddeld 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnenloopt tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.
- In centra waar de supermarkt een directe ruimtelijke relatie heeft met het overige winkelaanbod (op zeer korte afstand (tot 50 meter) en entree in het zicht) het combinatiebezoek door supermarktklanten (73%) beduidend hoger ligt dan in centra waar de supermarkt op afstand en/of buiten het zicht ligt (49%).
- Gemiddeld het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten (75%) beduidend hoger ligt dan bij klanten van discountsupermarkten (40%).
- De omvang van de supermarkt geen invloed heeft op het aandeel (%) supermarktklanten dat één of meer andere winkels binnenloopt tijdens hetzelfde bezoek.

## Conclusie

Het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken ligt zeer hoog. Het combinatiebezoek wordt positief beïnvloed indien de supermarkt direct naast de andere winkels is gelegen. Als bedacht wordt dat een doorsnee supermarkt (1.000 à 1.200 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) zo'n 12.000 bezoekers per week trekt (bron: Distrifood 2010), is duidelijk dat supermarkten een zeer belangrijke bijdrage leveren aan het voortbestaan van een gevarieerd aanbod dagelijkse speciaalzaken in dorps- en wijkcentra.

## Meer informatie

Voor meer informatie over dit onderzoek kunt u contact opnemen met Dirk Jan Droogh of Rik Eijkelkamp van DTNP.



# Factsheet Supermarktonderzoek

• dtnp •

Graafseweg 109

6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

F 024 - 378 06 53

E [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl)

W [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)