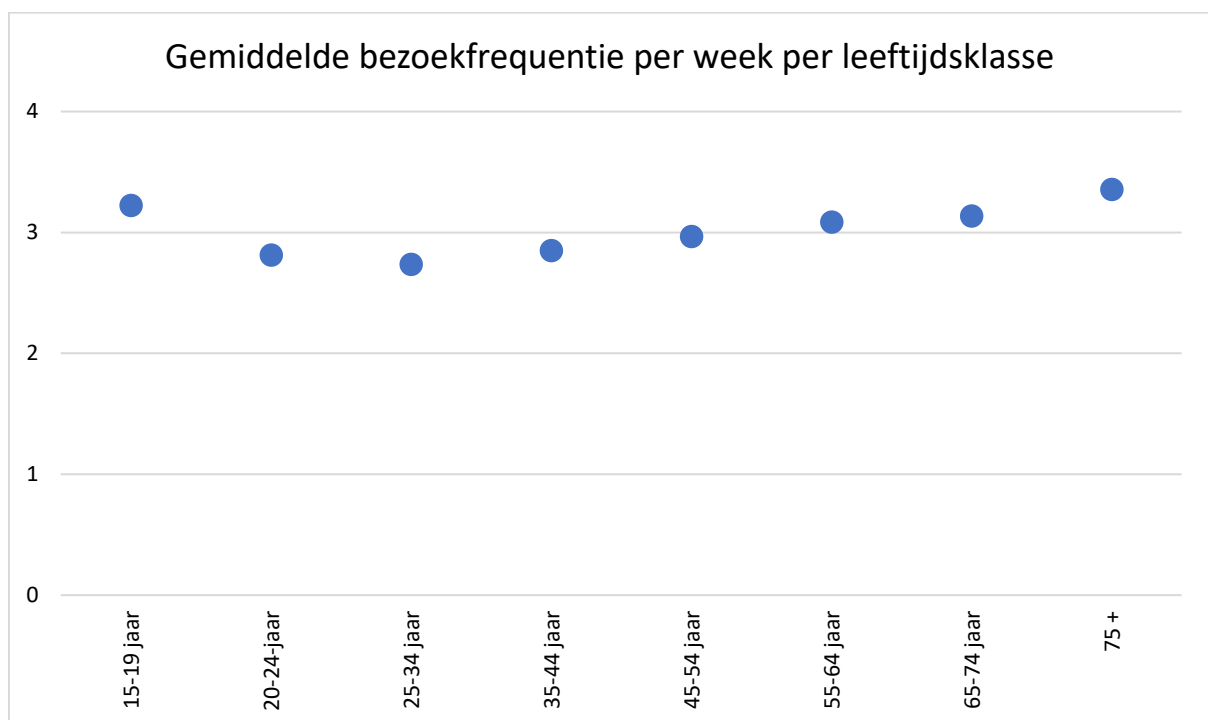


De oudere consument in het wijkwinkelcentrum: Kleine mandjes, maar wel heel goed gevuld

Het grote belang van de ouder wordende consument in Convenience winkelcentra

Met regelmaat worden de effecten van vergrijzing beschreven, zo ook de impact die het zal hebben op retail. Onderzoeksbureau Q&A schreef in 2016 dat hoe hoger het aandeel 65-plussers in een gemeente is, hoe groter de daling van volumes en omzetten (Bron: Q&A, 2016). En ABN Amro schat op basis van een recent onderzoek dat de vergrijzing retailers in 10 jaar 2% aan omzet gaat kosten (Bron: ABN Amro, 2022). Dit zou vooral te maken hebben met het feit dat senioren verwachten minder bestedingsruimte te hebben.

Met regelmaat bezoek ik de Convenience winkelcentra die wij in de Altera Retail portefeuille hebben en dan krijg ik toch een ander gevoel. Ik zie namelijk juist veel oudere consumenten, die veel meer tijd hebben, maar ook nemen, voor hun winkelbezoek aan hun wijkwinkelcentrum. Het bezoek aan het wijkwinkelcentrum verschuift van een noodzakelijke behoefte naar een sociale invulling, doordat het winkelbezoek gecombineerd wordt met een kopje koffie bij de lokale broodjeszaak of een praatje met een buurtbewoner. Hierdoor ligt de bezoekfrequentie ook hoger naarmate een consument ouder is. Alleen jongeren bezoeken het wijkwinkelcentrum bijna net zo vaak. Dit zijn echter vaak scholieren die tijdens lunchtijd hier hun broodje, gevulde koeken of blikje energy drink kopen.

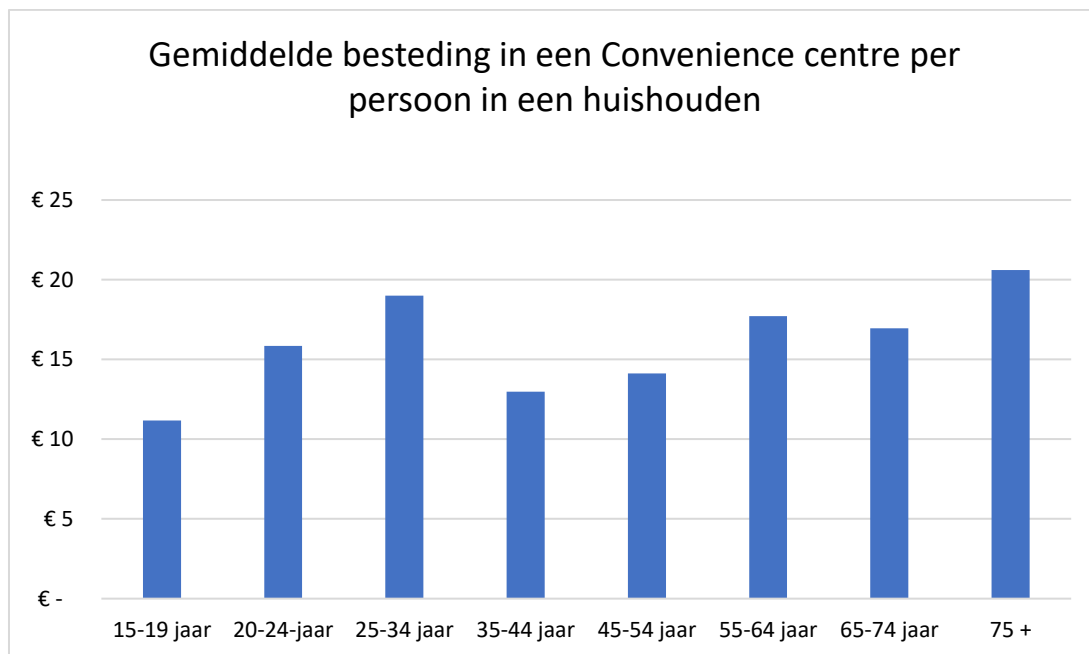


Figuur 1. Gemiddelde bezoekfrequentie per week per leeftijdsklasse (Bron: Strabo 2023, op basis van onderzoek naar Altera Convenience winkelcentra)

Een hogere bezoekfrequentie zegt nog niets over het bestedingsgedrag van de oudere consument, want zoals vaak wordt beweerd, zijn de mandjes maar beperkt gevuld. Belangrijk is echter, dat als we uitspraken willen doen over het bestedingsgedrag dan wel impact op de omzet, dat er goed gekeken wordt voor wie de boodschappen zijn die in het mandje liggen. Iemand van rond de 35 jaar kan bijvoorbeeld veel meer afrekenen bij de kassa dan iemand van 75 jaar, maar deze doet de inkopen wellicht wel voor het hele gezin. Per saldo zou het dus kunnen zijn dat de consument van 75 jaar meer uitgeeft per persoon in het huishouden, dan degene van 35 jaar.

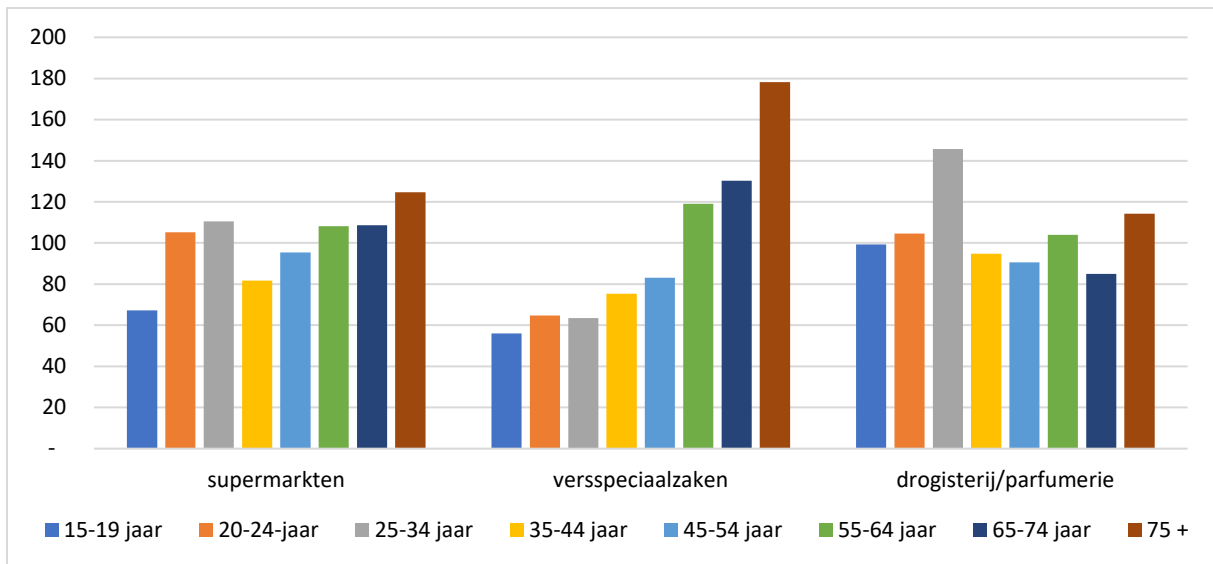
Door middel van data verkregen uit het reguliere consumentenonderzoek, dat wij altijd door onderzoeksbureau Strabo laten uitvoeren voor onze Convenience winkelcentra, heeft Strabo inzichtelijk gemaakt wat het bestedingsgedrag per persoon in het huishoudens is. In totaal is de data samengevoegd en geanalyseerd van 15 Convenience winkelcentra wat resulteert in zo'n 5.000 respondenten. Van de hoofden van deze huishoudens is ongeveer 28% 65-plusser, wat nagenoeg overeenkomt met het gemiddelde aandeel in Nederland (29%; bron: CBS 2022).

Om de gemiddelde besteding per persoon in een huishouden te kunnen berekenen, is de besteding van leeftijdscategorieën gecorrigeerd voor gemiddelde omvang van de desbetreffende leeftijdscategorie, gebaseerd op data van CBS (bron: CBS, 2022). Uit de berekening blijkt dat vanaf de leeftijdsklasse 35-44 jaar geldt dat hoe ouder de consument is, hoe hoger de besteding per persoon in een huishouden (figuur 2). De kleine mandjes van de oudere consument worden dus inderdaad ondergewaardeerd met als oorzaak hun hogere bezoekfrequentie en de kleinere omvang van hun huishouden. De oudere consument is juist heel waardevol voor de omzet van een wijkwinkelcentrum.



Figuur 2. Gemiddelde besteding in een Convenience centre per persoon in een huishouden per leeftijdsklasse (Bron: Strabo 2023, op basis van onderzoek naar Altera Convenience centra en CBS)

Als we specifieker kijken naar het bestedingsgedrag van bezoekers van Convenience centra, dan zien we dat leeftijd ook enige invloed heeft op de keuze in welke winkel wat wordt besteed. Heel duidelijk is dat hoe ouder de consument is, hoe meer er wordt uitgegeven in versspecialzaken. Daarentegen is er een heel licht negatief verband met leeftijd en bestedingen in de drogisterij of parfumerie. Met uitzondering van de 75-plusser, want die geeft hier juist weer bovengemiddeld veel uit. Voor supermarkten blijkt dat de 65-plusser net iets meer dan gemiddeld uitgeeft. Opmerkelijker is hier met name dat de leeftijdsklasse 35 – 54 jaar relatief weinig uitgeeft in de supermarkt.



Figuur 3. Geïndexeerde besteding in een Convenience centre naar leeftijdsklasse (Bron: Strabo 2023, op basis van onderzoek naar Altera Convenience centra en CBS)

Uit de Strabo onderzoeken komt dus naar voren dat vergrijzing voor Convenience winkelcentra niet per definitie een bedreiging is, sterker nog, het biedt potentie voor de omzet. Wel is volgens Strabo belangrijk dat als er sprake is van vergrijzing in een verzorgingsgebied, het Convenience winkelcentrum goed afgestemd wordt op de ouder wordende consument. Deze zou met gemak het wijkwinkelcentrum moeten kunnen blijven bezoeken, waarbij bereikbaarheid (rollatorvriendelijk), initiatieven als buurtbussen en buurttaxi's en voldoende sanitair dus belangrijker worden. Dit is dan ook waar wij bij Altera prioriteit aan geven.