



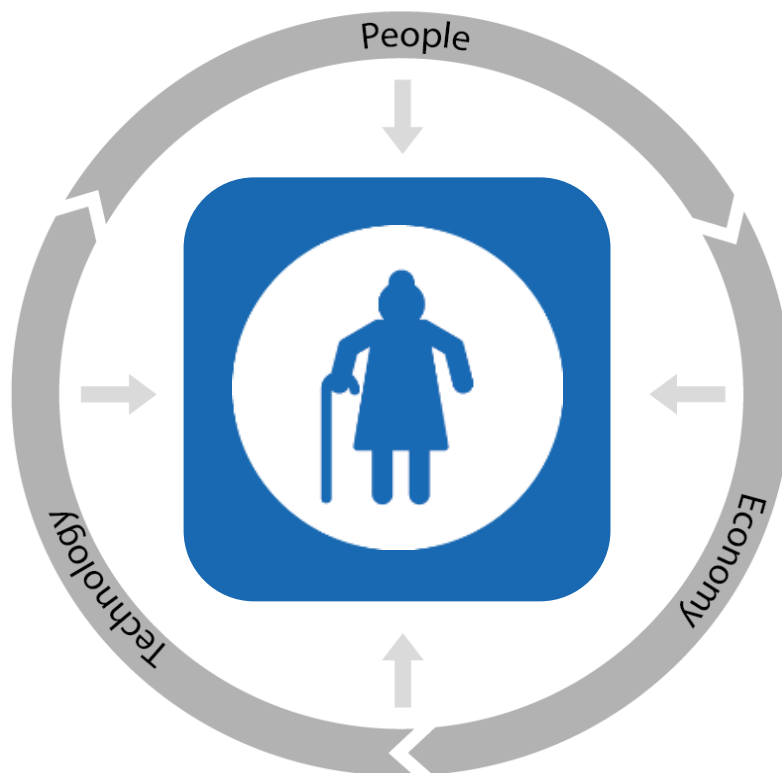
De **invloed van vergrijzing** op het winkellandschap

Visie 2016 - 2025

Retail is complexer dan ooit. Onder invloed van demografische, economische en technologische ontwikkelingen wordt het retaillandschap van vandaag en morgen beïnvloed. Sommige ontwikkelingen gaan heel snel en hebben in een vrij kort tijdsbestek hun sporen achtergelaten in retail. De afvloeiing van meer dan 12% van de non-food retailomzet naar het online kanaal is hier het bewijs van. Bij andere ontwikkelingen is sprake van een zeer traag proces. Deze dragen het risico met zich mee dat hier onvoldoende prioriteit aan gegeven wordt. Vergrijzing is daar hét voorbeeld van. Het is een wereldwijde dominante demografische ontwikkeling waar door retail tot nu toe nog weinig aandacht aan geschonken wordt. En dat is onterecht. Vergrijzing zorgt voor dalende volumes en bestedingen in non-food retail en de generatiekloof stelt retailers en centrumeigenaren voor een keuzedilemma.

Onder invloed van vergrijzing zal de wereldeconomie stagneren. Daar waarschuwt het IMF voor. Wereldwijd zal het aantal 60-plussers verdubbelen van 814 miljoen in 2014 naar 2 miljard in 2050. We zullen dan meer 60-plussers hebben dan mensen onder de 15 jaar. Wereldwijd staat Nederland op de 21e plaats van meest vergrijzende landen. Voldoende aanleiding om de alarmbellen in Nederland en in de retail in het bijzonder te laten rinkelen. Non-food retail zal onder invloed van vergrijzing met dalende volumes en omzetten geconfronteerd worden. Daarom is het absoluut noodzakelijk dat het thema vergrijzing en de impact daarvan op retail op de agenda van de stakeholders binnen retail geplaatst wordt en dat met vergrijzing in beleid en strategie serieus rekening gehouden wordt.

Vergrijzingsmodel



In dit rapport wordt ingegaan op wat vergrijzing is en hoe dit zich ontwikkelt, wat de belangrijkste kenmerken van de grijze generatie zijn, wat hun behoeften zijn, wat hun gedrag is en welke impact dit heeft op non-food retail. De feiten & cijfers zijn verzameld op basis van deskresearch en een grootschalig online consumentenonderzoek onder ruim 4.000 respondenten in de leeftijd van 25-85 jaar.

Opbouw rapport

Vergrijzing

Toename aantal ouderen
Toename aandeel ouderen



Auteurs



John Terra
Research Director
jtterra@qanda.nl



Kim Ellerman
Business Consultant Retail
kellerman@qanda.nl

Inleiding	3
• Inleiding	3
• Opbouw rapport	4
• Auteurs	4
Conclusie	5
• 10 key facts	6
• Conclusie	7
Hoe snel vergrijst Nederland?	11
Wat kenmerkt de vergrijzende consument?	15
• Wonen	16
• Mobiliteit	18
• Internet	20
• Tijd	21
• Geld	23
Hoe winkelt de vergrijzende consument?	27
• Aankoopgedrag	28
• Winkelen	30
• Winkelgebieden	32
• Winkels	36
Wat is de impact van vergrijzing op volumes, bestedingen en omzet	42
• Impact vergrijzing op non-food	43
• Impact vergrijzing op sectoren	45
Bijlage 1: Wat is de impact van vergrijzing op volumes, bestedingen en omzet, resultaten per subsector	47
Bijlage 2: Bevolkingsontwikkeling COROP 2017-2030	58

1 Non-food retail gaat niet profiteren van vergrijzing

2 Vergrijzing zorgt voor sterk dalende volumes

3 Bevolkingsgroei compenseert vergrijzing in een beperkt aantal verzorgingsgebieden

4 Vergrijzing vormt nu nog de rem op de omzetontwikkeling van online

5 Vergrijzing versterkt focus op afname aantal winkelmeters en winkelgebieden

6 Vergrijzing zorgt voor toenemende polarisatie van winkelgebieden

7 De huidige en toekomstige generatie 25-44 jarigen zijn de belangrijkste doelgroepen voor retail

8 De babyboom retailer is verleden tijd – retail landschap op de schop

9 Manage de vergrijzing met de juiste formatstrategie

10 Niet alleen vergrijzing, maar ook veroudering van winkelconcepten vormt een bedreiging

Q&A

Sinds de oprichting in 2003 is Q&A Research & Consultancy uitgegroeid tot een leidende retailpartner voor kennis, onderzoek, advies en opleiding.

Een gedreven team van experts met passie voor retail helpt onze opdrachtgevers om iedere dag weer beter te presteren in de dynamische retailwereld.

Meer informatie?

Neem dan contact met ons op.



Info@qanda.nl



www.qanda.nl



+31(0)33-2454637