

**9 mei  
2015**



**Onderzoek:**

**'Economie en retail'**

<http://opiniepanel.eenvandaag.nl>

## **Over het EenVandaag Opiniepanel**

*Het EenVandaag Opiniepanel bestaat uit ruim 50.000 mensen. Zij beantwoorden vragenlijsten op basis van een online onderzoek. De uitslag van de peilingen onder het EenVandaag Opiniepanel zijn na weging representatief voor zes variabelen, namelijk leeftijd, geslacht, opleiding, burgerlijke staat, spreiding over het land en politieke voorkeur gemeten naar de Tweede Kamerverkiezingen van 2012. Panelleden krijgen ongeveer één keer per week een uitnodiging om aan een peiling mee te doen. Op de meeste onderzoeken respondeert 60 tot 70 procent van de panelleden.*

---



## **Economie en retail**

**9 mei 2015**

### **Over dit onderzoek**

Aan het onderzoek deden 17.320 leden van het EenVandaag Opiniepanel mee. Het onderzoek vond plaats van 2 tot en met 9 mei 2015.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met onderzoeker Freek Damen:

[freek.damen@eenvandaag.nl](mailto:freek.damen@eenvandaag.nl)

## Samenvatting

**Consumenten hebben weinig vertrouwen in de toekomst van V&D. De helft van de ondervraagden (48%) verwacht niet dat V&D over 5 jaar nog bestaat. Dat blijkt uit onderzoek van EenVandaag onder ruim 17.000 leden van het Opiniepanel. Een kwart van de deelnemers (27%) ziet de toekomst van het Nederlandse warenhuis wel rooskleurig in.**

Gisteren kondigde V&D een aantal plannen aan die de winkelketen er weer bovenop moeten helpen. Deelnemers die kennis namen van de nieuwe plannen zijn iets positiever over de toekomst van het bedrijf. Dat blijkt uit een extra peiling onder 2.500 leden van het Opiniepanel, na bekendmaking van de nieuwe plannen. Van deze deelnemers denkt vier op de tien (39%) dat V&D over 5 jaar nog bestaat. Eenzelfde aantal (41%) verwacht dat het warenhuis verdwijnt. Eén op de vijf ondervraagden (19%) gelooft dat de plannen V&D gaan redden. Vier op tien deelnemers (38%) ziet geen heil in de plannen van V&D.

### **V&D is vertrouwd maar ook ouderwets en saai**

Deelnemers noemen vaak het vertrouwde karakter als sterke eigenschappen van V&D is het vertrouwde karakter. Ook het brede assortiment en de locatie van het warenhuis spreekt aan. Daarnaast springt ook La Place, het restaurant van V&D, er positief uit. Maar juist op de pijlers waar V&D groot mee is geworden, wordt het nu afgerekend. Ondervraagden vinden het warenhuis ouderwets en saai. Er is geen focus en de formule is niet onderscheidend. Ook vinden deelnemers de winkels rommelig van opzet en is er volgens hen te weinig personeel.

De meeste ondervraagden (59%) zouden het jammer vinden wanneer V&D uit het straatbeeld zou verdwijnen. Toch zegt bijna de helft van de deelnemers (45%) het warenhuis niet te zullen missen wanneer dit gebeurt.

## Vertrouwen V&D

### Hoeveel vertrouwen heeft u in de toekomst van V&D?

Heel veel vertrouwen	1%
Tamelijk veel vertrouwen	20%
Tamelijk weinig vertrouwen	35%
Heel weinig vertrouwen	22%
Weet niet / geen mening	22%

### Verwacht u dat V&D over 5 jaar nog in Nederland zal bestaan?

Ja	27%
Nee	48%
Weet niet / geen mening	25%

In hoeverre bent u het eens of oneens met onderstaande stellingen?

### 'Ik zou het jammer vinden als V&D uit het straatbeeld zou verdwijnen'

Mee eens	59%
Mee oneens	21%
Weet niet / geen mening	20%

### 'Ik zou V&D missen wanneer deze zou verdwijnen'

Mee eens	38%
Mee oneens	45%
Weet niet / geen mening	17%

**De volgende vragen zijn met een extra peiling gesteld aan 2.692 leden van het Opiniepanel na de bekendmaking van de nieuwe plannen van V&D.**

La Place, het eigen restaurant van V&D, wordt belangrijker binnen het warenhuis. Het merk wordt uitgebreid met nieuwe productlijnen, die los staan van het restaurant. Voorbeelden die genoemd worden zijn een speciale La Place cosmeticalijn met geurtjes en een eigen servies.

**Zou dit plan het voor u aantrekkelijker maken om naar V&D te gaan, of zou dat voor u geen verschil maken?**

Het zou het voor mij aantrekkelijker maken om naar V&D te gaan	11%
Het zou voor mij geen verschil maken	80%
Het zou het voor mij onaantrekkelijker maken om naar V&D te gaan	3%
Weet niet / geen mening	6%

In een aantal winkels wil V&D een eredivisie-fanstore openen, zoals die al een tijdje in Groningen bestaat. Daarmee wil V&D de winkels meer binding geven met hun stad en regio. V&D is hiervoor onder andere in gesprek met ADO Den Haag, Feyenoord en Ajax.

**Zou dit plan het voor u aantrekkelijker maken om naar V&D te gaan, of zou dat voor u geen verschil maken?**

Het zou het voor mij aantrekkelijker maken om naar V&D te gaan	9%
Het zou voor mij geen verschil maken	64%
Het zou het voor mij onaantrekkelijker maken om naar V&D te gaan	20%
Weet niet / geen mening	7%

De eigen merken van V&D krijgen een belangrijke rol in de winkel. Deze merken die alleen bij V&D verkrijgbaar zijn worden beter afgestemd op de doelgroep. V&D noemt als voorbeeld het gaan verkopen van plusmaten van haar modelabel LIV. Ook wil V&D meer lokale producten gaan aanbieden in de winkel.

**Zou dit plan het voor u aantrekkelijker maken om naar V&D te gaan, of zou dat voor u geen verschil maken?**

Het zou het voor mij aantrekkelijker maken om naar V&D te gaan	34%
Het zou voor mij geen verschil maken	54%
Het zou het voor mij onaantrekkelijker maken om naar V&D te gaan	3%
Weet niet / geen mening	9%

**Denkt u dat deze nieuwe plannen gaan helpen om V&D er weer bovenop te krijgen?**

Ja	19%
Nee	38%
Weet niet / geen mening	43%



Opiniepanel

## Retail en koopgedrag

### Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om een winkel te bezoeken?

*U kunt meerdere antwoorden geven*

De beleving: proberen, ruiken, zien proeven	28%
Gemak van meteen kunnen kopen	42%
Persoonlijk contact en aandacht	21%
Deskundig advies / vakmanschap	30%
Voor fun / het is een dagje uit	20%
Direct zien wat je koopt / meteen kunnen passen	68%
Andere reden, namelijk	6%
Weet niet / geen mening	6%

### Bent u het afgelopen jaar meer of minder uit gaan geven in winkels?

Minder uit gaan geven	59%
Meer uit gaan geven	15%
Weet niet / geen mening	27%

Er gebeurt op het moment veel in de detailhandel. Winkeliers en grote winkelketens proberen meer mensen naar hun winkel toe te trekken door de focus te leggen op de winkelbeleving. Winkeliers bedenken hiervoor verschillende nieuwe concepten.

### Wat vindt u van dit concept om 'events' te organiseren in de winkel?

Een goed concept	38%
Een slecht concept	20%
Weet niet / geen mening	42%

### Zou zo'n concept het voor u aantrekkelijker maken om naar de winkel te gaan, of zou dat voor u geen verschil maken?

Het zou het voor mij aantrekkelijker maken om naar de winkel te gaan	11%
Het zou voor mij geen verschil maken	60%
Het zou het voor mij onaantrekkelijker maken om naar de winkel te gaan	20%
Weet niet / geen mening	9%

Een ander nieuw concept is dat winkels een mix van producten en diensten gaan aanbieden die op zichzelf geen direct verband hebben. Bijvoorbeeld een kledingwinkel waar je ook naar de kapper kan gaan. Of een boekhandel met een bar waar je ook een kop koffie of een drankje kan drinken.

**Wat vindt u van dit concept waarbij de winkel een mix van verschillende producten en diensten aanbiedt?**

Een goed concept	54%
Een slecht concept	22%
Weet niet / geen mening	24%

**Zou zo'n concept het voor u aantrekkelijker maken om naar de winkel te gaan, of zou dat voor u geen verschil maken?**

Het zou het voor mij aantrekkelijker maken om naar de winkel te gaan	24%
Het zou voor mij geen verschil maken	49%
Het zou het voor mij onaantrekkelijker maken om naar de winkel te gaan	16%
Weet niet / geen mening	11%





## Online koopgedrag

**Hoe vaak doet u wel eens een online aankoop? Het gaat om de aanschaf van producten, zoals boeken, elektronica of kleding.**

Een aantal keer per week	2%
Eens per week	4%
Een aantal keer per maand	15%
Eens per maand	16%
Een aantal keer per jaar	34%
Minder vaak dan een aantal keer per jaar	12%
(Bijna) nooit	17%

**Bent u minder in de winkel gaan uitgeven omdat u meer online bent gaan kopen?**

Ja	31%
Nee	63%
Weet ik niet / geen mening	6%

**Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om online te kopen?**

*U kunt maximaal 3 antwoorden geven*

Gemak van thuisbezorgen	55%
Prijzen zijn lager dan in de winkel	41%
Meer keuze dan in de winkel	28%
Betere service dan in de winkel	2%
Altijd kunnen winkelen	33%
Betere vergelijken tussen winkels	26%
Fysieke winkel te ver weg	18%
Anders, namelijk	7%
Weet niet / geen mening	4%

**Hoe vaak bekijkt u een product dat u wil kopen eerst in de winkel, en koopt u het vervolgens online?**

Heel vaak	2%
Redelijk vaak	9%
Niet zo vaak	34%
Helemaal niet vaak	53%
Weet niet / geen mening	2%

**Verwacht u dat u in de toekomst meer of minder online gaat kopen, of dat uw online koopgedrag gelijk blijft?**

Ik verwacht dat ik meer online ga kopen	21%
Ik verwacht dat ik niet meer online ga kopen, maar ook niet minder	55%
Ik verwacht dat ik minder online ga kopen	15%
Weet niet / geen mening	9%

