

## **Beantwoording vragen over het consumentenonderzoek in de Retailvisie**

Tijdens de behandeling van de Retailvisie in de raadscommissievergadering van 11 mei 2016 is als antwoord op de vraag over het consumentenonderzoek genoemd, dat er geen specifiek consumentenonderzoek is gedaan.

Naar aanleiding hiervan is er nog contact geweest met het externe bureau. Zij geven aan dat geen specifiek consumentenonderzoek is gedaan, hetgeen is ondervangen door:

- a. in het proces en de visie de klant centraal te stellen, uit te gaan van de customer journey en gebruik te maken van 25 jaar ervaring op het gebied van winkels- en winkelgebieden, trends & ontwikkelingen en (veranderend) consumentengedrag
- b. gebruik te hebben gemaakt van bestaande onderzoeken 1) specifiek Texel (bijv. monitoring VVV Texel en Altuition, SmartAgent), 2) landelijke onderzoeken (o.a. NRW, Inretail, Rabobank, ABN, Thuiswinkel.org, makelaars, etc.) en 3) eigen onderzoek
- c. onze visie en standpunten, hoe maximaal in te spelen op de consument, te toetsen bij de Project- en Klankbordgroep. In deze groepen waren zowel consumenten als ondernemers vertegenwoordigd.

Naast deze bronnen van consumentenonderzoek, hebben de vertegenwoordigers van RABOBANK, Rene de Visser en Mark Poldner de resultaten uit hun eigen koopstromenonderzoek Noord Holland veelvuldig gebruikt om zaken te illustreren en in te brengen; Wat het externe bureau en de deelnemende partijen in de project- en klankbordgroepen betreft is er dus wel degelijk zeer veel consumentenonderzoek gebruikt bij het samenstellen van deze Retailvisie. Zo veel zelfs, dat het niet nodig was om nog apart een specifiek consumentenonderzoek uit te voeren.