

'Schoon en veilig winkelcentrum belangrijker dan entertainment'

25-06-2014 15:00

Winkelcentramanagers moeten basisprincipes van winkelgebieden als netheid en veiligheid niet laten ondersneeuwen door aanvullende faciliteiten die gericht zijn op het bieden van beleving. Dat zegt executive director retail Krijn Taconis van CBRE naar aanleiding van het onderzoek [How Consumers Shop?](#) onder 21 duizend consumenten uit 21 landen.

Prijs, netheid, gemak en veiligheid staan in alle landen bovenaan de wensenlijst van consumenten, aldus CBRE. Ook winkelaanbod en parkeervoorzieningen zijn belangrijke factoren. Entertainment en evenementen scoren relatief minder hoog.

De hedendaagse strijd om marktaandeel voor winkelcentra richt zich steeds meer op wat een centrum aanvullend op pure detailhandel kan bieden, aldus Taconis. "Denk hierbij aan horeca, entertainment en evenementen. Basisprincipes als prijs, gemak, netheid en veiligheid blijven voor consumenten essentiële criteria."

Daarnaast is goede bereikbaarheid voor shoppers een van de zwaarst wegende factoren bij hun bestemmingskeuze. Iets minder dan de helft (49 procent) reist vijftien minuten of korter naar de meest bezochte non-food winkellocaties.

Ook gerenoveerde winkelgebieden kunnen op een groot winkelend publiek rekenen. Hoe groter de investering, des te meer bezoekers, aldus de onderzoekers. "Eigenaren met een groter financieel draagvlak hebben vaker kunnen investeren in voorzieningen, vaak ten koste van kleinere winkellocaties", zegt Taconis.

Hoewel consumenten kleinschalige locaties nog goed bezoeken en belangrijk vinden, lijden de gebieden onder een gebrek aan investeringen. Taconis beseft dat het lastig is in een 'uitdagend economisch klimaat' de kwaliteit van nieuwe voorzieningen op peil te houden. "Op lange termijn doet dit echter onvermijdelijk afbreuk aan de dynamiek van de winkelomgeving."