

Blog: Veranderingen in het winkellandschap

03-09-2014 00:00

Door directeur Monique Tetteroo van makelaarsvereniging Dynamis.

In veel winkelgebieden zijn te weinig grote panden beschikbaar om aan de vraag te voldoen van grote ketens. Zo is gebleken uit onze Sprekende Cijfers Retailmarkten rapportage. Door de veranderende behoefte van de consument is het van belang dat het stadscentrum voldoende aantrekkelijk en onderscheidend is. Hoe fijn is het niet om eens een andere winkel te zien dan één van een landelijke keten? De lokale winkelier zorgt in het winkelgebied met zijn exclusieve producten voor dynamiek, attractiviteit en een stukje beleving en is daarmee onmisbaar in de winkelstraat.

De vraag naar grote winkelpanden neemt vooral toe in het A1-winkelgebied, waar de grote winkelketens het straatbeeld domineren. In de historische gegroeide binnensteden zijn dergelijke grote panden minder aanwezig. Het tekort aan dergelijke ruimten stuwt de huurprijzen. Hier staat tegenover dat kleinere, vaak zelfstandige winkeliers in het aanloopgebied hun winkel vestigen. Door de concurrentie met grote filiaalbedrijven overleven niet alle kleine winkeliers.

De winkelruimte die zij achterlaten matcht niet met de vraag van de landelijke winkelketens naar grote ruimten. Dit leidt tot huurdifferentiatie, de verandering in huurprijs kan van winkel tot winkel verschillen. Deze huurdifferentie biedt innovatieve ondernemers wel weer kansen. In bijvoorbeeld Zwolle zien we dat winkeliers relatief weinig in de winkel hebben liggen, maar vaak het aanbod wisselen waardoor klanten terug blijven komen.

In de verschillende steden in Nederland zien we de grote winkelketens door middel van warenhuisformules beleving creëren, een belangrijke reden voor de consument om de fysieke winkel te bezoeken. Naast de beleving in winkels gaat het om de beleving in winkelstraten. Samenwerking tussen retailers, verhuurders en makelaars om het winkelbeeld te versterken en daarmee huurders te behouden en nieuwe winkeliers aan te trekken is in deze van belang.

Naast beleving is het inwinnen van advies en het ervaren en het meteen in bezit hebben van een product reden voor een bezoek aan onze winkelgebieden. Want zeg nou zelf, een nieuwe pastamachine is gemakkelijk op internet te bestellen, maar hoe leuk is het wanneer je deze koopt nadat je een heerlijk gerechtje hebt geproefd van die allercharmantste Italiaanse kok die je dit apparaat aanbeveelt en je gelijk vertelt hoe hij werkt?

Voorwaarden RetailNews Blog:

- Inzendingen per e-mail (bijdrage opslaan in .doc formaat)
- Onderteken duidelijk met (functie)naam, adres en telefoonnummer. Bij eventuele plaatsing worden alleen naam en functie vermeld
- Publicatie vindt plaats op basis van exclusiviteit
- Artikel is geen commerciële uiting
- Inzendingen worden automatisch eigendom van RetailTrends Media
- Rechten kunnen niet worden ontleend
- Maximale lengte van 500 woorden

U kunt uw bijdrage o.v.v. 'RetailNews Blog' mailen naar redactie@retailnews.nl.