

'Discounters upgraden winkelinrichting'

27-11-2015 07:53

Door hun toenemende populariteit nemen discountformules de winkelinrichting onder handen. "Vroeger dachten we: een lelijke winkel zal wel goedkoop zijn", zegt directeur Huib Lubbers van Retail Management Center tegenover [RTLZ](#). "Tegenwoordig willen consumenten liever geen rommelige filialen meer zien."

Lubbers wijst als voorbeeld naar Lidl, die zijn winkels upgradet. Zo ging recent een pilotstore in Halsteren open, met onder meer een klantenbalie- en toilet en een nieuwe kleurstelling. "De nieuwste winkel van Primark ziet er ook al een stuk gezelliger uit dan de eerste vestiging in Rotterdam."

Deze week werd bekend dat Primark in 2018 een flagshipstore opent in de havenstad. De Ierse modeketen zegt voldoende zelfvertrouwen om voor steeds betere locaties te kiezen. "Het is duurder, maar we verkopen er ook meer", aldus topman Paul Lister van moederbedrijf Associated British Foods.

Primark investeert flink in zijn filialen, bijvoorbeeld door gangpaden te verbreden en meer mannequins en videoschermen te plaatsen. "Consumenten voelen zich prettiger en blijven daardoor langer hangen", aldus Lubbers.

Dat discounters als Lidl, Primark, Action en Kruidvat zo hard internationaal groeien, verbaast de retailadviseur niet. Ze trekken consumenten volgens hem met een groot aanbod, waarbij vooral basisproducten scherp geprijsd zijn. Bovendien zitten ze vaak in gemakkelijk bereikbare winkelcentra. In Duitsland zijn discounters volgens Lubbers nog populairder. "Het is heel normaal dat onze oosterburen hun wekelijkse boodschappen doen bij een winkel als Lidl."