

'Consumenten kopen niet meer in mall'

10-10-2016 07:30



De Amerikaanse malls spelen nog steeds een belangrijke rol als ontmoetingscentrum. "Het verschil met vroeger is dat je er nu niks meer koopt", zegt chieff-strategyofficer Stephan Gans in het oktobernummer van RetailTrends.

Tussen 2007 en 2009, sloten als gevolg van de recessie vierhonderd van de tweeduizend shopping malls hun deuren. De functie van de overdekte winkelcentra zal echter niet verdwijnen, stelt Gans. Hij wijst erop dat grote delen van de Verenigde Staten een 'ongastvrij' klimaat hebben, met veel te hoge of lage temperaturen. "De behoefte aan een overdekte plek waar de airco blaast, waar je kunt winkelen, vrienden ontmoeten en eten, blijft bestaan."

De malls die nog wel succesvol zijn, richten zich volgens consumentengedragexpert Mary Brett Whitfield van Kantar Retail niet op het productaanbod, maar op een 'unieke ervaring'. Een voorbeeld is Destiny USA in Syracuse, dat een pretparkconcept ontwikkelde waar consumenten onder meer kunnen lasergamen en midgetgolfen. Bezoekers van deze mall zouden hier gemiddeld zes uur langer blijven.

In het oktobernummer van RetailTrends gaan verschillende experts en betrokkenen in op de malaise van de Amerikaanse malls, en hoe die in een nieuwe vorm ook in de 21ste eeuw kunnen overleven. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)