

'Winkelcentra moeten zich echt gaan onderscheiden'

09-05-2019 09:43



Net als in de rest van Europa neemt in Nederland het aantal nieuw ontwikkelde winkelcentra af. Vorig jaar kwam er bijna honderdduizend vierkante meter bij, een daling van 23 procent vergeleken met 2017. Dat blijkt uit een [nieuw rapport](#) van internationaal vastgoedadviseur Cushman & Wakefield.

In Europa werd er zo'n 2,6 miljoen vierkante meter aan nieuwe winkelruimte opgeleverd. Dat is 28 procent minder dan in 2017 en het laagste opleveringsniveau in 24 jaar.

In Nederland gaat het gerenoveerde winkelcentrum Hoog Catharijne in Utrecht dit jaar waarschijnlijk helemaal open, met een omvang van honderdduizend vierkante meter. Volgend jaar wordt de opening verwacht van de Mall of the Netherlands (het voormalige Leidsenhage) in Leidschendam. Met 117 duizend vierkante meter wordt dat het grootste winkelcentrum van het land.

Het wordt voor winkelcentra steeds belangrijker dat ze zich onderscheiden, zegt head of retail Arjen Boesveldt. "Om een plek te veroveren in het hart en het hoofd van de consument moeten winkelcentra voldoen aan drie dingen: beleving, design en convenience. Een winkelcentrum moet een fijne plek zijn om te verblijven, sociale interactie en recreatie bieden zoals bijvoorbeeld een bioscoop en aantrekkelijke en gevarieerde eet- en drinkgelegenheden en er natuurlijk goed en modern uit zien."