

Lucht & licht = omzet

06-07-2006 00:00

Retailers kunnen hun omzet met sprongen zien stijgen dankzij lucht en licht. Hoe? De temperatuur en luchtkwaliteit van hun winkels moeten gebruikt worden als marketinginstrument. Dat stelt onderzoeker Atze Boerstra, directeur van BBA, een onderzoeks- en adviesbureau voor binnenmilieu, die promoveert op dit onderwerp.

Boerstra raakte gefascineerd door de invloed van binnenklimaat op verkoopcijfers toen hij een onderzoek las van de Amerikaan Heschong. Die nam bij een retailketen het effect van natuurlijk licht onder de loep en kwam tot opvallende conclusies. Bij winkels met dakramen gaan veertig procent meer producten over de toonbank dan bij winkels uit dezelfde keten die niet over lichtinval van buiten beschikken, ongeacht welke producten er in de schappen liggen. "Ik dacht: Als licht zo'n effect heeft, moeten temperatuur en luchtkwaliteit – mijn specialismen – ook een rol spelen", zegt Boerstra.

Het gehele artikel is te lezen in het julinummer van [RetailTrends](#), dat gisteren (6 juli) is verschenen