



## Succesfactoren winkelcentra & rol stakeholders

Mark de Graaf | Consultant | USP Marketing Consultancy

3 september 2018

**USP** Marketing Consultancy

## USP Marketing Consultancy



Head office



Subsidiary



Rotterdam

Düsseldorf



Market specialist real estate, installation, construction and DIY from the **start**



Dedicated and **multi-client** research

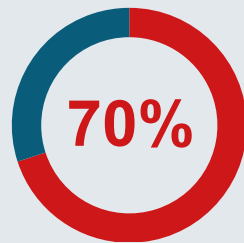


Active in the market for over **25 years**

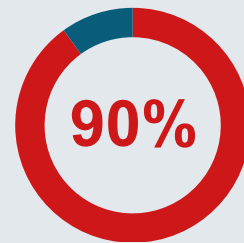


**220** dedicated market research projects in 2017

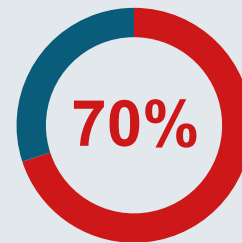
## Revenue distribution



turnover coming from international projects



turnover coming from dedicated market research, **10%** from multi client



turnover coming from B2B, **30%** B2C

Research in **39** countries in 2017



**82**  
focus groups



**1.102**  
in-depth interviews



**57.881**  
B2B CATI interviews



**57.250**  
B2C online interviews



### Examples



Segmentation



Customer journey



Branding



Concept/product research



Customer satisfaction



Trends



Distribution research



Market exploration



Pricing



Market size



### Dedicated market research

- Tailor made
- Driven by your information needs
- Advice & consultancy based on facts and over 25 years of experience in the industry
- Worldwide coverage
- B2B, B2C, qualitative and quantitative research or a combination of both
- Within our market specialism, all types of researches can be conducted
- Targeting the right audience, with the right questions at the right time.



## Doelstelling

Inzicht krijgen in de invullingsmogelijkheden van leegstaand retail vastgoed met toekomstbestendige concepten. Daarnaast input leveren aan de realisatiestrategie om uiteindelijk het winkelgebied in kwaliteit te verbeteren.

## Methodologie

**Kwantitatief:** Ruim 100 interviews onder professionals gerelateerd aan de retail sector

**Kwalitatief:** diepte-interviews met beleidsbepalers uit de retail sector

## Doelgroepen



## Leeswijzer:

- Leegstand: *Hoe groot is het probleem?*
- Retail succesfactoren: *Insights op macro-niveau*
- Retail succesfactoren: *Insights op conceptniveau*
- Retail succesfactoren: *conceptaspecten*  
*Hoe kan de markt veranderen*
- Realisatie-strategie  
*Wie heeft welke rol in het proces?*



Leegstand



Retail succesfactoren:

*Insights op conceptniveau*



Retail succesfactoren:  
*Insights op conceptniveau*



Retail succesfactoren:  
conceptaspecten

*Hoe kan de markt  
veranderen*



Realisatie-strategie

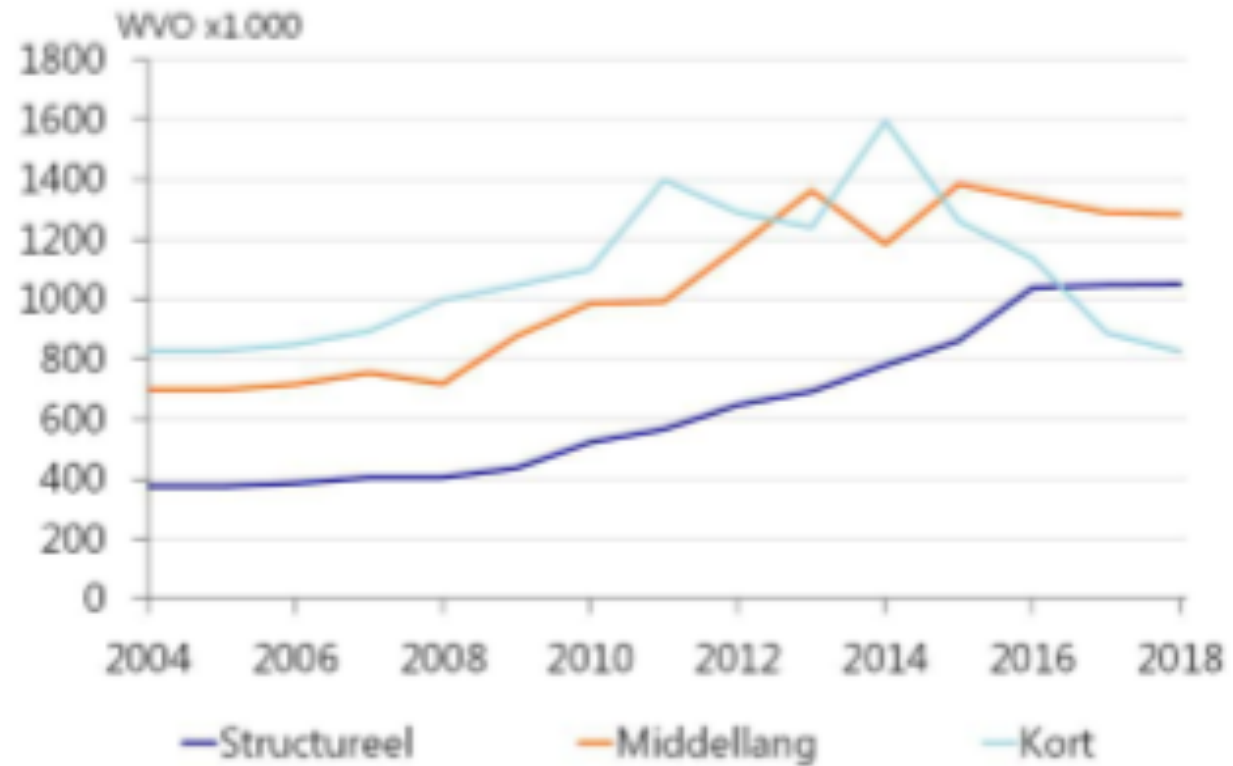
*Wie heeft welke rol in  
het proces?*



Samenvattend



Contact

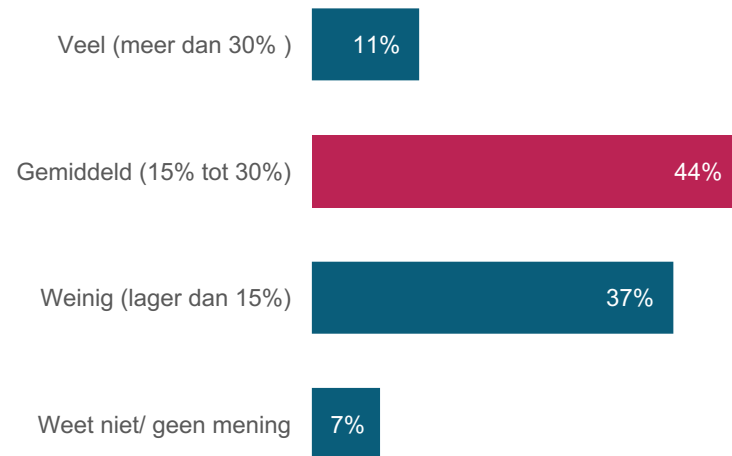


Bron: Locatus, bewerking Rabobank

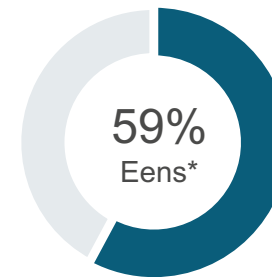
55%

Geeft aan dat er meer dan 15% leegstaand retail vastgoed aanwezig is binnen hun vastgoedportefeuille

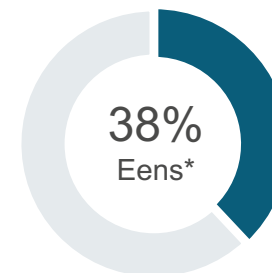
Mate van leegstand in het winkelgebied van uw vastgoed



De beperkte flexibiliteit van het retail vastgoed is de grootste oorzaak van leegstand



De belangrijkste reden dat er veel leegstand is, is dat de consument alles online aanschaft.



\*zeer mee eens + mee eens

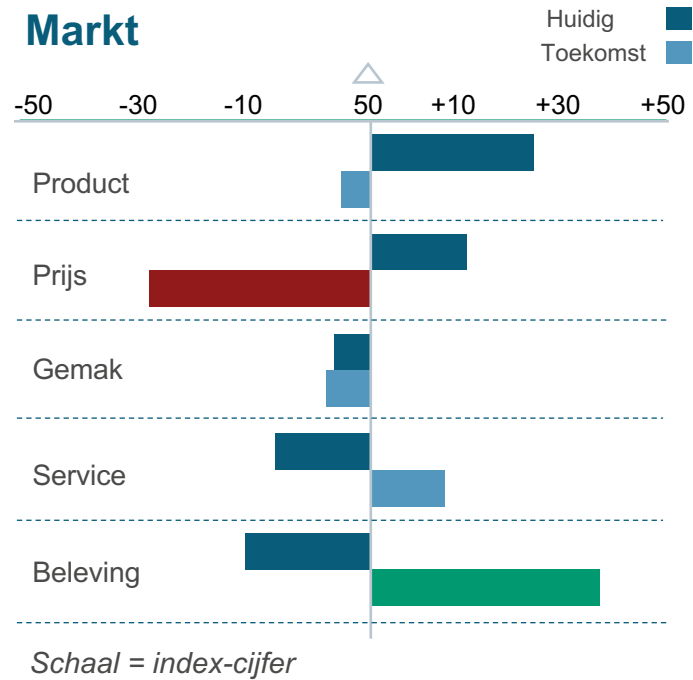
Succesfactoren van retail vastgoed in de toekomst



Flexibiliteit lijkt vooral voor operationele kant zeer belangrijk.

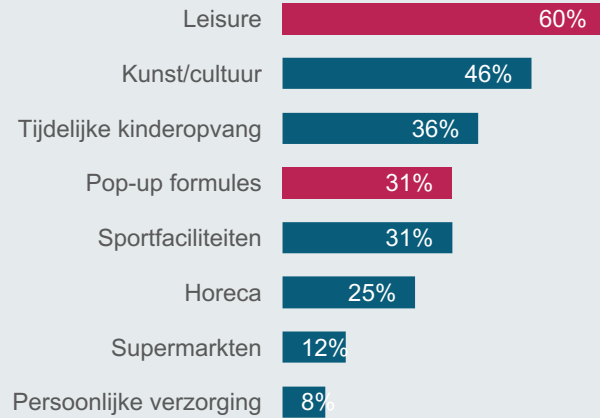
Beleving & service als excellence

Vershil tussen huidige en toekomst positie per concept



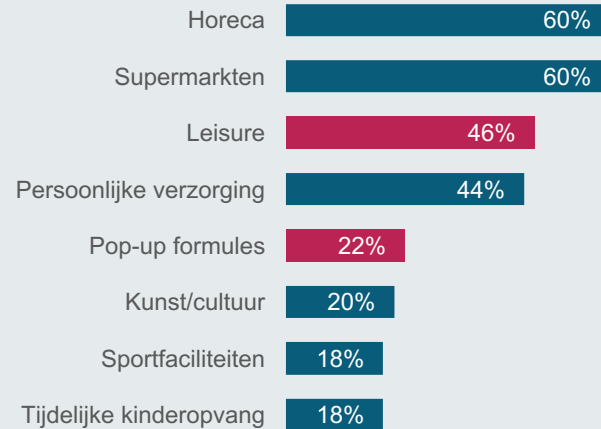
## Diversiteit

### Onvoldoende vertegenwoordigd in winkelgebieden



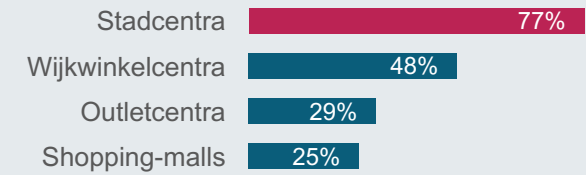
## Verdiene

### Aantrekkelijk voor retail vastgoedportefeuille

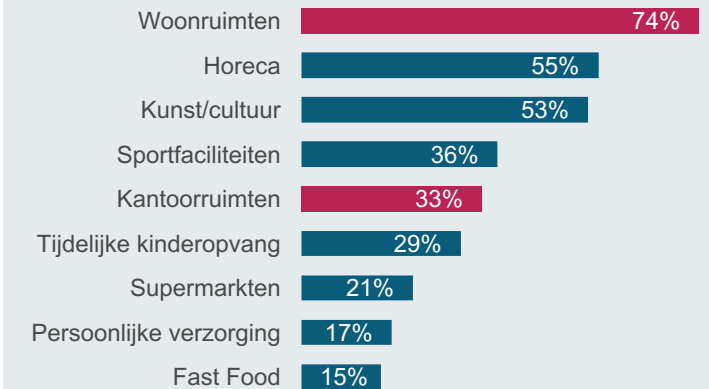


## Kansen

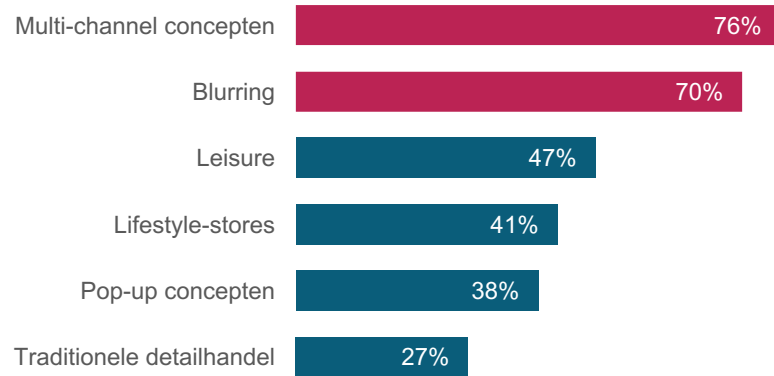
### Kansrijke locaties retail vastgoed



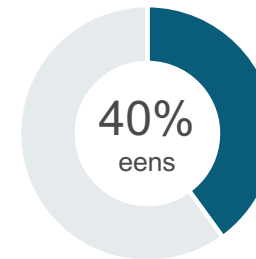
### Kansen invulling van leegstaand vastgoed



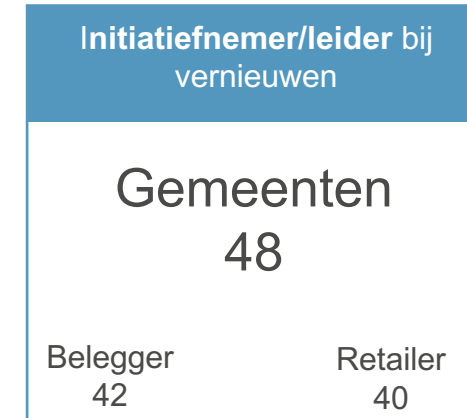
Concepten die het meest succesvol zijn om invulling te geven aan winkelgebieden van de toekomst



Horeca is de uitgelezen kans om leegstaand retail-vastgoed invulling te geven.



36% geeft aan *neutraal te zijn tegenover de stelling.*



De cijfers zijn gebaseerd op een index van 100. Hoe dichterbij 100, hoe belangrijker de sector wordt gevonden.



Gemeenten zetten zich voldoende in

23%

52%

Het beschermen van gevestigde  
huurders beperkt de invulling en kwaliteit

54%

17%

Leegstandsverordening is een goed instrument

33%

29%

## Doelstelling

*Inzicht krijgen in de invullingsmogelijkheden van leegstaand retail vastgoed met toekomstbestendige concepten. Daarnaast input leveren aan de realisatiestrategie om uiteindelijk het winkelgebied in kwaliteit te verbeteren.*

## Belangrijkste conclusies



De opkomst van **e-commerce** is slechts gedeeltelijk de oorzaak van leegstand in retail vastgoed. **Gebrek aan flexibiliteit** van het vastgoed wordt als grootste oorzaak gezien.



Beleving toevoegen door combinatie met **leisure**, kunst en cultuur. Ook **pop-up** concepten zijn interessant voor beleggers.



Zaak van de toekomst: **van functie naar fun**.  
Beleving en service als nieuwe excellence en minder product en prijs.



Nieuwe mix in concepten door combineren van online en offline (**multi-channel**) en/of markten (**blurring**).



**Stadscentra** worden nog steeds het meest kansrijk geacht voor ontwikkeling van retail vastgoed. Wijkwinkelcentra, outlets en malls minder.



Gemeenten als **initiator**, influencer en leider bij transformaties. Ondernemer bepaalt succes.

## Meer weten over het onderzoek of zelf een thema onderzoeken?

### Stap 1

#### Contact

Neem dan contact met ons op of neem een kijkje op onze website: [www.usp-mc.nl](http://www.usp-mc.nl).

### Stap 2

#### Kennismakinggesprek

- ▶ Wat zijn uw doelen en uitgangspunten?
- ▶ Op welke manier wilt u de resultaten gaan gebruiken?



**Mark de Graaf, consultant**

*T: 06-41765837*

*E: [degraaf@usp-mc.nl](mailto:degraaf@usp-mc.nl)*

*W: [www.usp-mc.nl](http://www.usp-mc.nl)*

**LinkedIn**

# USP Marketing Consultancy

© 6 September 2018, USP Marketing Consultancy B.V.

De in deze uitgave vermelde gegevens zijn strikt vertrouwelijk en alle hierop betrekking hebbende auteursrechten, databankrechten en overige (intellectuele) eigendomsrechten worden uitdrukkelijk voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van USP Marketing Consultancy B.V. verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden.