

## Weggegooid geld??

Winkelcentrumonderzoek in goede tijden

Hoe vaak moet ik niet verantwoording afleggen over het feit dat ik iemands directe rendement aantast. Ik heb het dan over eigenaren van winkelcentra waar wij (soms met de beheerder als intermediair) een onderzoek proberen te slijten. "Ik heb geen leegstand en mijn beheerder komt er toch iedere week ? Als er iets aan de hand is zou hij/zij het toch wel weten ?" De beheerder is ook niet altijd even coöperatief, bang als men is om met de billen bloot te moeten. Onderzoek kan namelijk extra gegevens opleveren om die beheerder op af te rekenen.

Maar het belangrijkste probleem is dat men onderzoek louter als middel ziet om oplossingen voor acute probleemsituaties te leveren. Het 'Ik kom er niet meer uit dus laat ik er maar een onderzoekje tegenaan gooien'-motief. Dan is het dus vaak al te laat omdat het betreffende winkelcentrum zich al in een negatieve spiraal bevindt. Na de klanten verliezen de ondernemers het geloof in het centrum en dat leidt tot verder klanten- en imagooverlies.

Wanneer men wat meer preventief te werk zou gaan, kan een hoop ellende voorkomen worden. Monitoring door telsystemen of periodieke handmatige tellingen, klanten en niet-klantenonderzoek en als je het echt goed wil doen klantenpanels.

De vaste clientèle is namelijk een geweldige bron van informatie die door een panelonderzoek goed ontsloten kan worden. Geslaagde of mislukte acties, winkels die men mist of zo snel mogelijk het centrum uit wil hebben, ergernis over die gladde vloer, redenen om juist andere centra te bezoeken, etcetera, etcetera. In een panelonderzoek komen vaak voor de hand liggende maar ook verrassende zaken boven drijven. Het is echter een dure vorm van onderzoeken met een onzekere uitkomst. De kans op weggegooid geld is aanwezig, gesteld dat echt alles op rolletjes loopt in het betreffende winkelcentrum. Wat mij betreft een hypothetische kans.

Zelf vind ik panelonderzoek een prettige manier van onderzoeken, omdat in een zeer kort bestek alle mogelijke aspecten van een centrum aan bod kunnen komen. Met een goed uitgebalanceerde groep en onder goede begeleiding, kunnen openhartige discussies leiden tot simpele en concreet uitvoerbare aanpassingen en aanbevelingen. Een compacte vorm van onderzoek die een goede aanvulling op of basis vormt voor meer kwantitatief onderzoek.

Is de gemiddelde eigenaar al zo ver om hier serieus mee aan de slag te gaan ? Ik vrees van niet zolang men onderzoek blijft zien als een noodzakelijk kwaad wat slechts in uiterste nood uitkomst kan bieden. Er zijn echter ook een aantal grote partijen in Nederland die wel degelijk het nut van systematisch onderzoek onderkennen en het ook uit laten voeren.

Jeroen Verwaaijen  
directeur onderzoek Strabo bv  
[verwaaijen@strabo.nl](mailto:verwaaijen@strabo.nl)

*Gepubliceerd in Shopping Center News, augustus 2000.*